

FACULTÉ DE DROIT DE L'UNIVERSITÉ DE PARIS

Des Offices DE Renseignements coloniaux

THÈSE POUR LE DOCTORAT

L'ACTE PUBLIC SUR LES MATIÈRES CI-APRÈS

sera soutenu le 6 novembre 1908, à 8 heures

PAR

M. LÉON CAYLA

DIPLOMÉ DE L'ÉCOLE DES SCIENCES POLITIQUES
RÉDACTEUR AU MINISTÈRE DES COLONIES

Président : M. PAUL LESEUR

Suffragants { M. FERNAND FAURE.
M. PERREAU.

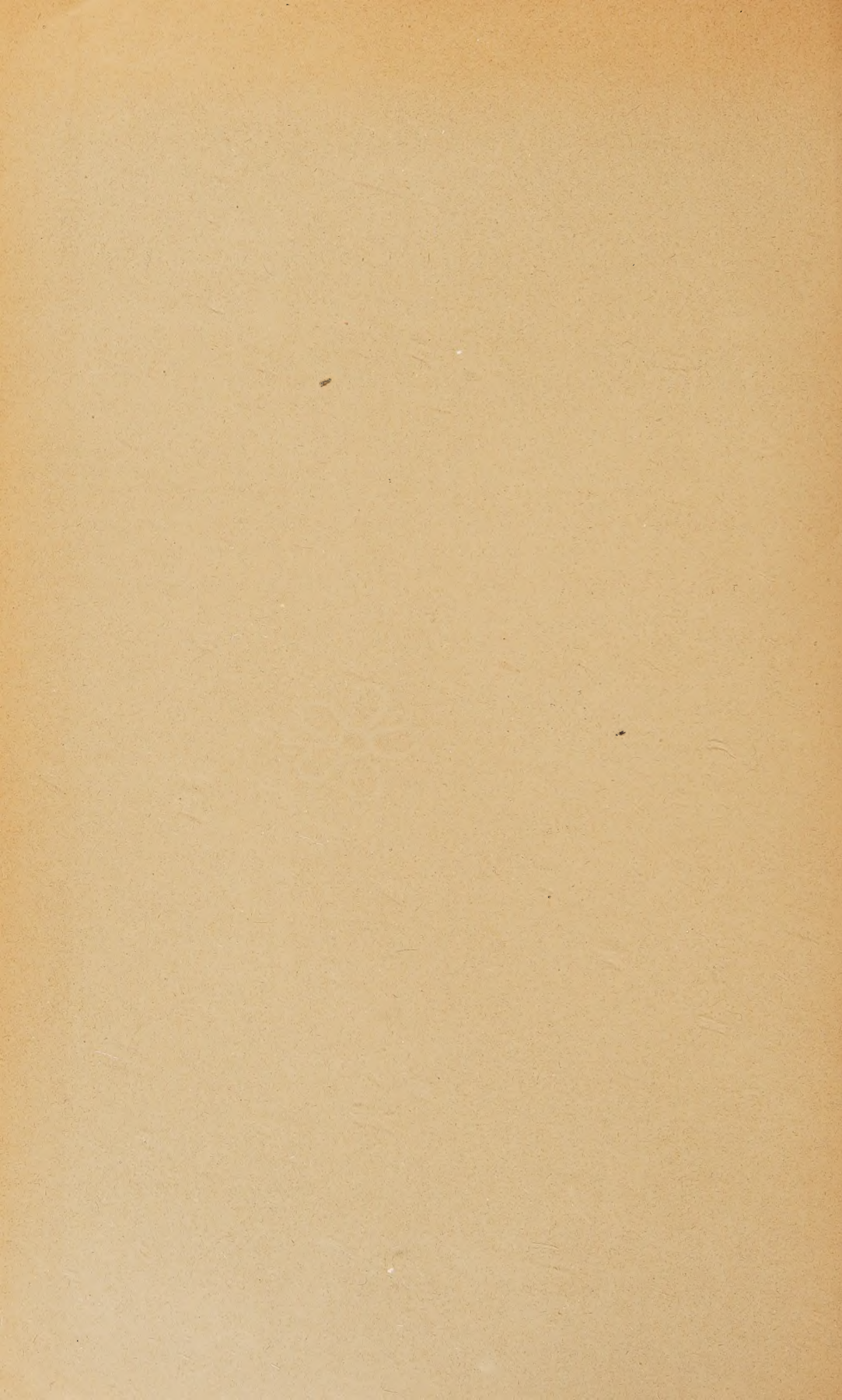
PARIS

LIBRAIRIE DES SCIENCES POLITIQUES ET SOCIALES

MARCEL RIVIÈRE

31, rue Jacob et 1, rue Saint-Benoît

1908



THÈSE POUR LE DOCTORAT

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

FACULTÉ DE DROIT DE L'UNIVERSITÉ DE PARIS

Des Offices DE Renseignements coloniaux

THÈSE POUR LE DOCTORAT

L'ACTE PUBLIC SUR LES MATIÈRES CI-APRÈS

sera soutenu le 6 novembre 1908, à 8 heures

PAR

M. LÉON CAYLA

DIPLOMÉ DE L'ÉCOLE DES SCIENCES POLITIQUES
RÉDACTEUR AU MINISTÈRE DES COLONIES

Président : M. PAUL LESEUR

Suffragants { M. FERNAND FAURE.
M. PERREAU.

PARIS

LIBRAIRIE DES SCIENCES POLITIQUES ET SOCIALES

MARCEL RIVIÈRE

31, rue Jacob et 1, rue Saint-Benoît

1908





Digitized by the Internet Archive
in 2026

SOMMAIRE

PREMIERE PARTIE

Théorie générale de l'Organisation des Offices coloniaux

Multiplicité des Offices de renseignements dans l'organisation sociale contemporaine : leur rôle : assistance et vulgarisation. — Les bureaux de renseignements commerciaux remédient à l'éloignement des marchés. — Importance, à cet égard, des Offices coloniaux, en raison : 1° des transformations incessantes et rapides des pays neufs, et 2° de l'intérêt qui s'attache à favoriser non seulement l'importation des produits de la métropole aux colonies, mais aussi l'exportation des produits coloniaux. — Leur rôle particulier en matière de colonisation proprement dite. La mise en valeur des territoires récemment occupés et ses facteurs : émigration des capitaux et des travailleurs (le recrutement des agents coloniaux et des colons).

Des influences diverses qui peuvent agir sur l'organisation des offices coloniaux et qui donnent aux différentes méthodes nationales en matière de colonisation et de propagande coloniale leurs caractères distinctifs (pp. 1 à 34).

DEUXIEME PARTIE

**Exposé analytique de l'Organisation et du Fonctionnement
des Offices coloniaux français**

***SECTION I. — Institutions destinées à faciliter la mise en
valeur des possessions rattachées au Ministère des
Colonies.***

CHAPITRE PREMIER. — *L'OFFICE COLONIAL.* — Historique : l'ancienne Exposition Permanente des Colonies. Création de l'Office colonial. — Les conseils de Perfectionnement et d'Administration. — Organisation et fonctionnement des différents services (pp. 35 à 46).

1° Section de la Colonisation (centralisation des renseignements sur les conditions de la mise en valeur ; rapports, enquêtes ; collaboration des fonctionnaires coloniaux détachés ; les notices sur les colonies ; l'émigration des travailleurs et des capitaux) ; 2° Section du Commerce (constitution de dossiers économiques ; Bulletin de l'Office ; liste des Entreprises coloniales ; albums-références ; Portefeuille commercial des colonies françaises) ; 3° Musée commercial ; 4° Service des Expositions et Transports (moyens et prix de transport ; participation aux grandes expositions ; expositions temporaires de l'Office colonial ; organisation de conférences) ; 5° Service de la Statistique (commerce, navigation, mines, finances, population, instruction publique, etc...) ; 6° Bibliothèque ; 7° Bureau de vente (pp. 46 à 82).

CHAPITRE II. — *LE JARDIN COLONIAL*. — Création, organisation et fonctionnement. — Vulgarisation des renseignements concernant l'agriculture des pays chauds. — L'Exposition des produits agricoles des colonies. — L'enseignement technique donné aux futurs émigrants. Ecole nationale d'agriculture coloniale (pp. 83 à 90).

SECTION II. — *Institutions destinées à faciliter le développement économique de l'Algérie et de la Tunisie* (pp. 91 à 92).

CHAPITRE PREMIER. — *L'OFFICE DE L'ALGERIE*. — Organisation et fonctionnement des services. — Colonisation : propagande par le livre scolaire, les conférences ; l'affiche-programme et le livret de colonisation ; l'instruction des demandes de concessions. — Commerce : constitution de dossiers ; enquêtes économiques ; collaboration des agents diplomatiques et consulaires et des chambres de commerce françaises à l'étranger ; dépôts d'échantillons à Londres et à Genève et agences de placement en Allemagne ; la vente des vins français en Angleterre (traité avec la maison Leakey). — La propagande du Bulletin de l'Office de l'Algérie. — Organisation de la section algérienne aux grandes Expositions (pp. 92 à 114).

CHAPITRE II. — *L'OFFICE DE LA TUNISIE*. — Son évolution vers une organisation imitée des Agences générales anglaises. — Fonctionnement (pp. 115 à 120).

SECTION III. — *Organisation de la propagande et de l'enseignement coloniaux en province* (pp. 121 à 132).

TROISIEME PARTIE

Etude critique et comparative des différentes Méthodes nationales de Propagande et de Documentation coloniales

CHAPITRE PREMIER. — Les institutions et la méthode coloniale anglaises. L'Imperial Institute ; exposition permanente et laboratoires. L'Emigrants Information Office, ses publications. — Les Agences générales des colonies autonomes, leurs procédés de propagande (pp. 133 à 155).

CHAPITRE II. — Les méthodes d'expansion commerciale et coloniale allemandes. — Export Musterlager, Export Verein, Musées commerciaux. La Deutsche Kolonialgesellschaft ; son office colonial et ses publications. — Les publications du Kolonial-Amt (pp. 155 à 164).

CHAPITRE III. — La renaissance économique de l'Italie. — Les agences commerciales italiennes. La réglementation de l'émigration (pp. 165 à 170).

CHAPITRE IV. — Le Musée commercial de Bruxelles. — L'Office du Congo (pp. 170 à 175).

CHAPITRE V. — Le Musée Colonial de Haarlem (pp. 175 à 178).

CHAPITRE VI. — De l'adaptation à l'organisation française de la propagande coloniale de quelques méthodes étrangères. — Critiques dont l'Office Colonial est l'objet. Propositions de réformes (pp. 178 à 198).

INDEX BIBLIOGRAPHIQUE (pp. 199 à 201).

PREMIERE PARTIE

**Théorie générale ,
de l'organisation des Offices coloniaux**

PREMIERE PARTIE

Théorie générale de l'Organisation des Offices coloniaux

SOMMAIRE : Multiplicité des Offices de renseignements dans l'organisation sociale contemporaine ; leur rôle : assistance et vulgarisation. — Les bureaux de renseignements commerciaux remédient à l'éloignement des marchés. — Importance, à cet égard, des Offices coloniaux, en raison : 1° des transformations incessantes et rapides des pays neufs, et 2° de l'intérêt qui s'attache à favoriser non seulement l'importation des produits de la métropole aux colonies, mais aussi l'exportation des produits coloniaux. — Leur rôle particulier en matière de colonisation proprement dite. La mise en valeur des territoires récemment occupés et ses facteurs : émigration des capitaux et des travailleurs (le recrutement des agents coloniaux et des colons).

Des influences diverses qui peuvent agir sur l'organisation des Offices coloniaux et qui donnent aux différentes méthodes nationales en matière de colonisation et de propagande coloniale leurs caractères distinctifs.

I

L'extension rapide qu'a prise à notre époque, grâce au progrès des moyens de communication, le commerce international des idées et des choses a eu pour effet d'agrandir considérablement le milieu dans lequel l'homme pense et agit. Tout mouvement scientifique, artistique, économique ou social important rayonne autour de son foyer principal dans le monde entier. Il s'est ainsi établi une interdépendance, chaque jour plus étroite, des groupements humains, qui n'a pas seulement obligé la politique des grandes nations à devenir « mondiale », mais qui a conduit l'individu lui-même à s'intéresser à la vie des pays les plus lointains.

A quelque branche de production qu'il consacre son travail, l'homme voit donc s'étendre devant lui un champ singulièrement vaste. Les limites que la nature imposait autrefois à son activité reculent progressivement dans la mesure même où le globe semble se rapetisser.

Dès lors notre effort isolé ne nous permet pas de reconnaître tout ce que renferme la carrière entr'ouverte sous nos yeux. La société nous vient en aide ; elle crée des organes d'assistance et de vulgarisation qui centralisent les informations pour mieux les propager ensuite, comme certains miroirs concentrent la lumière pour mieux la distribuer.

Les administrations de l'Etat et les associations privées peuvent, en vue de remplir cette fonction éducatrice et protectrice, agir isolément ou unir leurs efforts. Les expositions universelles sont les manifestations les plus remarquables de leur collaboration. En permettant de réunir dans quelques cités populeuses et fréquentées des spécimens de tout ce que produit le génie humain, elles répondent au désir, on pourrait dire au besoin impérieux que nous ressentons aujourd'hui de savoir toujours davantage pour « pouvoir » en proportion.

Mais, en raison des dépenses considérables qu'elles occasionnent, ces expositions sont vouées à une courte durée. De plus l'attraction y prime souvent la leçon de choses, et la plupart des visiteurs qui les parcourent songent moins à s'instruire qu'à se distraire.

Aussi paraît-il nécessaire de fonder des institutions permanentes, auprès desquelles le public laborieux puisse venir à tout moment se renseigner.

Ces établissements, bien qu'ils soient tous conçus dans un même esprit de documentation pratique, peuvent être fort différents les uns des autres par les objets particuliers dont ils s'occupent.

Notre Office du Travail, créé par la loi du 26 juillet 1891, est, aux termes même de l'exposé des motifs de cette loi, un observatoire des conditions du travail ; c'est un organisme à caractère social qui ne présente qu'une assez vague analogie avec nos offices de renseignements économiques, tels l'Office national du commerce exté-

rieur, l'Office colonial, les Offices de l'Algérie et de la Tunisie.

Ces derniers services ont au contraire entre eux de grandes ressemblances ; leur rôle commercial est en partie le même : remédier aux inconvénients qui résultent pour les producteurs et acheteurs nationaux de l'éloignement et de la multiplicité des marchés.

C'est surtout en effet au point de vue des conditions de leur existence matérielle que les peuples ont intérêt à se préoccuper de ce qui s'accomplit au delà de leurs frontières. Aucune nation n'est en mesure de se suffire à elle-même ; aucune ne réalise en tout point le type idéal imaginé par les disciples de l'économie nationale. La France, malgré les avantages que lui assure une situation géographique très heureuse, et bien qu'elle soit à la fois agricole et industrielle dans des proportions favorables à son équilibre, ne connaît pas cependant la parfaite harmonie.

Tout peuple est à la fois acheteur et vendeur à ses voisins. De ce fait résulte l'étroite solidarité qui entr'unit les différents marchés et qui se manifeste parfois avec une certaine acuité par la répercussion générale de crises localisées à l'origine.

Nous avons vu, pendant ces dernières années, un assez grand nombre de « krachs » provoquer, aussitôt connus, de véritables désastres financiers, comme la chute d'une seule pierre suffit à entraîner l'avalanche. Il s'est établi autour du monde des affaires une sorte d'atmosphère

qui subit et transmet des variations et des fluctuations incessantes.

Dès lors un pays qui désire être armé convenablement pour la lutte économique, la plus âpre de toutes, commettrait une faute grave s'il négligeait de reconnaître le terrain sur lequel il va porter ses opérations. Il doit se renseigner fréquemment sur la situation des places commerciales, au double point de vue du crédit et des besoins locaux.

Les rapports que nos consuls adressent périodiquement au département des Affaires étrangères, sont, à cet égard, des plus instructifs. Mais ils ne peuvent contenir que des indications générales, des aperçus d'ensemble. Les mieux intentionnés de nos agents à l'étranger ne sauraient se contraindre aux fonctions de représentants de commerce ou de banque. Il appartient aux grandes maisons d'exportation et d'importation d'entretenir dans les principales villes, sinon des comptoirs, du moins des correspondants susceptibles de les avertir régulièrement de l'état des offres et des demandes.

Malheureusement, une erreur commune à la plupart de nos compatriotes consiste à croire qu'une position commerciale s'acquiert une fois pour toutes, et que le bon renom des marques françaises leur assure auprès des consommateurs des cinq parties du monde un accueil éternellement favorable.

Pour avoir su, mieux que nous, s'inspirer de considérations éminemment pratiques, d'autres peuples ont obtenu en peu de temps des résultats exceptionnels. Les

Allemands surtout ont fait preuve d'un esprit d'initiative très avisé. Il n'est pas de centre de transactions de quelque importance où ils ne se soient établis ; ils y visitent inlassablement la clientèle, la harcèlent au besoin, s'enquièreent de ses moindres désirs, voire de ses caprices, et finalement ils emportent la commande.

Une telle façon de procéder n'est-elle pas exactement le contraire de ce que M. Pierre Baudin appelle la manière française (1) : « La manière française, j'ai des centaines de lettres d'étrangers qui me l'apprennent. Ils désirent garder leurs rapports commerciaux avec la France ; mais les maisons françaises ne discutent ni les prix, ni les couleurs, ni les formes. Leurs marchandises sont ce qu'elles sont : à prendre ou à laisser. »

L'expérience nous montre le danger qu'il y aurait pour nous à pratiquer plus longtemps ce système d'indifférence. Naguère encore sur le marché anglais des œufs et des laitages, nos produits figuraient au premier rang. Aujourd'hui les Danois nous ont supplantés. Ils ont en quelques années organisé des Unions de producteurs qui disposent de moyens de transport perfectionnés et de magasins de vente communs. Notre décadence s'est accentuée du jour où les éleveurs lombards à leur tour se sont fait représenter à Londres par des parents ou des amis qui y tiennent boutique. L'avenir pourrait nous réserver de graves mécomptes si nous ne réagissions avec promptitude et vigueur contre la ten-

(1) Le *Journal* du 17 mai 1908.

dance à rester sédentaire que manifeste notre commerce.

Ici apparaît bien l'utilité de bureaux de renseignements qui, chargés de se tenir constamment au courant de la production et de la circulation générales, soient à même, à tout instant, de désigner à nos nationaux les régions dans lesquelles ils peuvent acheter et vendre avec le plus de chances de profit. Ces offices centralisent au surplus de multiples indications que les particuliers ne se procurent pas toujours facilement : moyens et prix de transport, droits de douane, crédit, etc...

*
* *

De telles institutions sont d'autant plus nécessaires que les marchés dont elles étudient le développement sont susceptibles de modifications plus rapides. On peut dire, à ce point de vue, que les offices de renseignements coloniaux jouent un rôle particulièrement remarquable à raison des progrès que peuvent réaliser en peu de temps les pays récemment ouverts à la civilisation.

Notre histoire coloniale nous fournit des exemples nombreux de ces merveilleux essors qui transforment en zones d'échanges importantes des régions naguère en dehors des grandes lignes commerciales.

La prospérité de notre Afrique du Nord en particulier se manifeste par des relations si nombreuses avec la métropole qu'il est à peine besoin de la rappeler. Trois quarts de siècle de domination française ont suffi pour

animer d'une vitalité intense la vieille contrée barbaresque que le fatalisme paresseux des Turcs entretenait dans un état de somnolence improductive.

Au cours d'une conférence qu'il faisait cette année à l'Ecole des Sciences Politiques (1), M. de Peyerimhoff, ancien maître des requêtes au Conseil d'Etat, et ancien Directeur de l'agriculture, du commerce et de la colonisation à Alger, s'exprimait ainsi : « Le commerce extérieur de l'Algérie s'élevait à 7 millions en 1839 ; il a plus que centuplé.

« Les 20 millions de la Tunisie en 1880 sont passés en 1907 à un chiffre décuple.

« Pour la première fois en 1907, si l'on totalise les tableaux du commerce extérieur de l'Algérie et ceux de la Tunisie, voici le milliard affiché. C'est en deux ans 25 0/0 de hausse... Tandis que les statistiques des grands pays industriels et commerciaux du monde révèlent présentement une notable diminution d'activité, celles de l'Afrique du Nord continuent, dans les premiers mois de 1908, de montrer des chiffres accrus tant aux importations qu'aux exportations. Plus de 100 millions de céréales, environ 75 millions de vins ou sous-produits, la même somme en moutons, 70 millions de minerais et phosphates, voici déjà pour l'Algérie et la Tunisie plus de deux tiers des exportations.

« Aux importations, comme de juste, les produits

(1) *Les Forces productives de la France*, Paris, Félix Alcan, 1909.

fabriqués qu'on demande aux industriels du dehors, et avant tout les tissus pour plus de 100 millions, les métaux pour plus de 60, puis le complément alimentaire, le sucre, le thé, le café pour les indigènes, ce qui ne représente pas moins de 25 millions, la viande, les boissons, le fromage, le beurre, etc... pour les Européens, jusqu'à concurrence de 45 millions. »

L'Afrique française du Nord constitue, il est vrai, notre seule colonie de peuplement, au sens vraiment précis du mot. Mais nos colonies d'exploitation ont elles-mêmes subi en peu de temps des transformations qui retiennent l'attention.

Nous emprunterons ici aux statistiques de l'Office colonial quelques chiffres éloquents.

En 1890, le commerce de l'Indo-Chine s'élevait à 117 millions ; en 1900 il atteignait un total de 341 millions ; en 1907 il passait à 548 millions (295 aux importations et 253 aux exportations).

En Afrique occidentale française, les résultats obtenus sont également dignes d'être notés. Le commerce des colonies du Gouvernement général n'est en 1895 que de 79 millions ; en 1900 il s'élève à 130 millions, pour passer à 178 en 1907, avec 97 millions d'importations et 81 d'exportations.

A Madagascar, la proclamation du protectorat français marque le début d'une prospérité commerciale que la grande île n'avait jamais connue sous la domination howa. Aux 9 millions de 1895 s'oppose en 1907 le total

déjà convenable de 53 millions (25 millions d'importations et 28 millions d'exportations).

Pour peu qu'à côté des totaux généraux on examine quelques chiffres en particulier, on est frappé des augmentations sensibles qui portent sur certains produits.

On cite fréquemment, à titre d'exemple, le développement du commerce de l'arachide. Depuis que la construction du chemin de fer de Dakar à Saint-Louis a facilité le transport de la graine aux ports d'embarquement, la culture de l'arachide est devenue la principale source de richesse de la colonie ; la production a plus que doublé depuis dix ans.

Les huiles et les amandes de palme du Dahomey, les caoutchoucs de la Côte d'Ivoire et de la Guinée figurent aujourd'hui parmi les principales exportations de l'Ouest africain et donnent lieu à des transactions chaque année croissantes. D'autres productions sont étudiées avec soin en vue de leur utilisation industrielle : le karité en Afrique, les bois et les cotons africains et indo-chinois. Or, l'amélioration de la culture du coton dans nos possessions, but que poursuit l'Association cotonnière coloniale, est susceptible d'apporter des changements considérables dans les cours des marchés européens.

A côté de l'extension des cultures, les progrès de certaines industries (de l'industrie minière en particulier) peuvent contribuer à améliorer la situation économique de nos colonies. A Madagascar, l'exploitation

de gisements aurifères a déjà donné de bons résultats qui permettent de bien augurer de l'avenir.

Poursuivre plus longtemps cette énumération paraît inutile; il serait difficile aujourd'hui de mettre en doute la continuité du développement de notre vaste domaine d'outre-mer.

Ce développement influe naturellement sur les facultés d'achat des régions où on le constate et mérite, par conséquent, d'être signalé aux producteurs métropolitains qui doivent être les premiers à en tirer parti.

Les commerçants et industriels français demandent également à être renseignés sur la situation des débouchés coloniaux au point de vue du crédit. Avec la clientèle indigène surtout, peu au courant de nos usages commerciaux, insoucieuse des échéances lointaines, il convient de prendre des précautions. Sans doute, il faut lui consentir un certain crédit, si l'on ne veut voir des concurrents audacieux accaparer les commandes; mais il est raisonnable de ne le faire qu'en toute connaissance de cause. A Madagascar, plusieurs maisons allemandes qui, désireuses avant tout d'augmenter leur chiffre d'affaires, avaient négligé cette précaution, se sont trouvées dans la suite en proie à des difficultés assez graves.

*
* *

Tant que les offices coloniaux se bornent à faciliter l'introduction dans nos possessions des produits métro-

politains, leur rôle est semblable à celui de l'Office national du Commerce extérieur, et seuls les procédés qu'ils emploient peuvent varier suivant les besoins locaux, les différentes clientèles, etc..

Mais une autre tâche incombe, en matière commerciale, aux agences qui sont chargées des intérêts de nos colonies : celle d'aider à l'écoulement des produits coloniaux à l'extérieur. Cette seconde mission a même, dans certains cas, une importance capitale. Par exemple en Algérie, les cinq sixièmes des importations provenant de France, on considère qu'il n'est pas nécessaire d'y faire une propagande spéciale en faveur des producteurs nationaux. Par contre, la production algérienne a besoin d'être soutenue et encouragée. Notre Afrique du nord fabrique des vins en telle abondance qu'elle ne peut chaque année les vendre à des prix convenables. Il lui est indispensable d'être représentée sur les marchés du dehors par des agents dévoués qui fassent, en son nom, une active réclame.

*
* *

Indépendamment des fonctions dont il vient d'être parlé, les offices coloniaux reçoivent des attributions qui les font distinguer des simples bureaux de renseignements commerciaux. Ils doivent favoriser, dans la plus large mesure possible, la mise en valeur des terri-

toires occupés. Ici se pose sous un nouvel aspect le problème complexe de la colonisation.

La colonisation commerciale, dont nous venons de parler, est sans doute fort importante par elle seule ; elle est en somme le but final de beaucoup de conquêtes coloniales. Elle fut, dans les siècles passés, le principal objectif des rouliers des mers ; ces hardis navigateurs, lorsqu'ils prirent possession de rivages lointains, s'attachèrent surtout à y fonder des comptoirs où les indigènes pussent venir échanger les produits du sol contre la pacotille européenne, mais ne songèrent pas autrement à faciliter le progrès agricole ou industriel de régions à peine connues.

C'est ainsi que nos établissements du Sénégal, bien que les origines en soient très anciennes, n'eurent, jusqu'au dix-neuvième siècle, qu'une importance très médiocre.

Quant aux colonies qui, sous l'ancien régime, ne furent pas seulement des stations commerciales, mais qui, placée dans la zone tempérée, reçurent un afflux important d'émigrants venus d'Europe (la Louisiane, le Canada, les Antilles, etc...), elles ne furent pas à cette époque l'objet d'une mise en valeur vraiment sérieuse. La réglementation étroite du « Pacte colonial » paralysa les efforts des premiers planteurs et retarda longtemps l'essor des pays neufs qui avaient grand besoin de liberté et que l'on surchargeait d'entraves.

Aujourd'hui, coloniser ce n'est pas seulement fonder

quelques comptoirs pour y drainer tout le commerce des régions environnantes ; c'est apporter dans un pays encore inculte ou mal exploité tous les progrès de la civilisation moderne, au double point de vue matériel et moral.

La mise en valeur exige, comme l'expédition ou les explorations qui l'ont précédée, des hommes et des capitaux. L'Etat consent les premiers sacrifices en envoyant, aussitôt la conquête terminée, un corps de fonctionnaires, et en faisant procéder aux travaux d'intérêt général les plus urgents. Toutefois, son rôle est limité à l'organisation des services publics, et c'est à l'initiative privée qu'incombe la part la plus considérable dans l'œuvre de colonisation.

On a pu voir, sans doute, l'Etat suppléer dans certaines circonstances à la pénurie d'immigrants et transformer ses propres soldats en agriculteurs improvisés, comme cela se fit en Algérie sous le commandement du maréchal Bugeaud (1). Mais ce n'était là qu'une situation provisoire imposée par les nécessités du moment. Le règne de la colonisation d'Etat est terminé ; le système des compagnies privilégiées lui-même n'est plus guère compatible avec la conception moderne de la colonisation ; il ne reçoit plus d'application à l'heure

(1) Il ne faut pas confondre cette tentative avec les essais de colonisation militaire à Madagascar. En Algérie, on avait créé le soldat-laboureur. A Madagascar, on s'est borné à recruter les colons parmi les soldats et les sous-officiers libérés.

actuelle, et sans doute pour peu de temps encore, qu'à Bornéo et dans la Rhodésia (1).

Il convient donc, une fois le nouveau domaine occupé administrativement, d'attirer les concours privés.

C'est alors que les offices coloniaux sont appelés à jouer un rôle prépondérant. La tâche qu'on leur assigne est, au reste, des plus délicates : il s'agit de diriger vers les pays neufs les capitaux sans l'appoint desquels les ressources naturelles de ces pays risqueraient fort de rester improductives; mais, d'autre part, il est au plus haut degré désirable de ne laisser l'épargne de la métropole s'engager dans ces régions lointaines qu'à bon escient, pour éviter le renouvellement des déboires qu'ont trop souvent occasionnés les imprudences de la première heure.

Seules, des institutions recevant d'une manière suivie des indications des autorités locales, et outillées pour les vulgariser, sont capables de remplir avec succès cette mission difficile.

La plupart des entreprises coloniales méritent, en effet, qu'on les étudie avec soin, par suite de l'aléa que présentent nécessairement un commerce, une culture, une industrie encore inexpérimentés; cette étude est d'autant plus complexe que les conditions générales de

(1) Compagnie du Nord-Bornéo-Britannique (charte royale de 1882); Compagnie anglaise de l'Afrique du Sud (charte royale de 1889).

la colonisation varient singulièrement suivant les régions.

S'il est possible en Algérie ou dans une colonie de plantations (Antilles, Réunion), de fonder une exploitation à l'aide d'un capital de quelques milliers de francs, il n'en est pas de même dans nos possessions d'Afrique occidentale et centrale ou d'Asie. Madagascar même, que l'on considère souvent comme une colonie mixte, ne se prête guère à la petite colonisation; il ne semble pas qu'un émigrant possédant moins de trente mille francs puisse s'y établir utilement. La même remarque s'applique à l'Indo-Chine. En Afrique occidentale, les capitaux réunis par chacune des grandes maisons qui tiennent le marché se chiffrent par plusieurs centaines de mille francs. Quant au Congo, il est partagé entre un nombre relativement restreint de sociétés qui disposent de sommes d'argent très élevées.

Il serait, du reste, insuffisant de se contenter de ces indications d'ensemble. Dans une même colonie, le montant du capital exigible reste subordonné à la nature de l'exploitation projetée.

Pour guider judicieusement l'épargne métropolitaine, les offices coloniaux ont à tenir compte de tous les progrès réalisés par les pays qu'ils représentent : l'amélioration des moyens de transport peut modifier profondément les conditions de la production, rendre lucratives certaines exploitations qui, primitivement, semblaient condamnées à l'insuccès; les réformes intro-

duites dans la législation ont aussi leur importance (législation domaniale, réglementation de l'emploi de la main-d'œuvre indigène, tarifs douaniers, etc...).

Toutes ces données une fois réunies, les Offices coloniaux ne se contentent pas de les communiquer sous forme de bons conseils aux personnes qui s'adressent à eux spontanément. Il leur appartient non seulement de diriger les capitaux, mais aussi de les attirer.

Dans ce but, une grande publicité leur paraîtra indispensable. Elle facilitera le jeu des offres et des demandes de capitaux, un Office bien outillé devenant ainsi l'intermédiaire autorisé entre l'homme d'action prêt à payer de sa personne et le commanditaire qui le soutiendra.

On objecte parfois qu'un service officiel ne peut s'immiscer dans la conclusion d'affaires privées, qu'il doit se contenter de donner des renseignements d'ordre général.

Il semble bien qu'une telle manière de raisonner tende à assimiler trop étroitement des offices de renseignements économiques à des organes purement administratifs. Une certaine liberté d'action n'est-elle pas indispensable à des bureaux qui sont appelés à se trouver en contact permanent avec un public de commerçants et d'industriels, mal habitués à certaines réticences.

Les offices français ne doivent pas perdre de vue qu'il faut créer dans la métropole un milieu favorable aux entreprises coloniales. Ce faisant, ils rendront service à l'épargne nationale trop souvent drainée par

d'artificieuses réclames dans des pays qui échappent au contrôle de nos autorités. Quant à nos colonies, elles retireront des avantages multiples d'une propagande habile; leur commerce et leur industrie, alimentés par de nouvelles ressources, donneront un rendement progressif; de plus, leur jeune crédit se trouvant consolidé, l'émission des emprunts qu'elles contractent pour perfectionner leur outillage économique sera singulièrement facilitée.



L'émigration des hommes est souvent plus difficile à régulariser que celle des capitaux. Tandis qu'un pays neuf a toujours besoin d'argent, toute colonie ne se prête pas à une forte immigration d'Européens; en second lieu, si l'on n'a pas à se préoccuper de la nationalité des capitaux, il faut souvent prendre en considération celle des émigrants. Il y a lieu, enfin, d'apprécier la « cote personnelle » des individus qui demandent à s'expatrier.

Aujourd'hui encore, en France, malgré les publications variées qui traitent des questions coloniales, beaucoup d'ouvriers, d'employés, d'ingénieurs, d'entrepreneurs, de commerçants estiment qu'il suffit de consentir à s'éloigner de la métropole pour avoir les plus grandes chances de trouver au-delà des mers des situations exceptionnellement avantageuses. C'est une erreur com-

munément répandue contre laquelle l'Office colonial soutient une lutte quotidienne.

En réalité, dans la plupart des possessions françaises qui relèvent du ministère des colonies, il y a place pour beaucoup d'entreprises, mais on ne trouve guère d'emplois vacants convenant aux Européens.

L'Office colonial avait fait, il y a quelques années, sur la situation des employés de commerce aux colonies, une enquête dont les résultats sont des plus significatifs. Les commerçants et industriels établis dans nos possessions n'éprouvent aucune peine à recruter le personnel dont ils ont besoin. Pour un poste vacant, dix postulants au moins se présentent.

Aussi dans certaines villes, à Hanoï par exemple, compte-t-on de nombreux candidats sans place; ces malheureux, faute de moyens d'existence, sont parfois obligés de solliciter leur rapatriement aux frais du budget local.

Dans nos colonies d'exploitation, la première condition de prospérité, il faut le dire et le répéter, c'est la possession de grandes ressources financières. L'argent doit y précéder l'employé, le surveillant, l'ingénieur. Quant à la main-d'œuvre européenne, elle n'y sera jamais représentée que dans quelques corps de métiers où des connaissances techniques assez étendues sont indispensables. Les travaux les plus pénibles, et notamment les travaux agricoles, sont exclusivement réservés aux indigènes, seuls capables de se livrer à ce dur labeur sous le soleil rigoureux des tropiques.

C'est donc à tort qu'une partie du public voit en tout office colonial un bureau de placement. L'Office du Ministère des colonies, malgré tous ses efforts pour procurer des emplois aux innombrables demandeurs qui s'adressent à lui, ne parvient en somme à donner suite annuellement qu'à quelques requêtes.

Il a toutefois, comme toute institution analogue, une raison sérieuse de ne pas se désintéresser des engagements auxquels procèdent les entreprises coloniales. En se faisant l'intermédiaire entre l'employeur et l'employé, il se donne les moyens d'améliorer le recrutement du personnel des factoreries.

On doit soutenir, en effet, à l'encontre d'une opinion trop longtemps répandue dans le public, qu'il est très désirable de n'envoyer aux colonies que des « sujets » sélectionnés.

Dans un rapport présenté en 1905 au Congrès international d'expansion économique mondiale de Mons (section V, expansion civilisatrice vers les pays neufs), M. Aspe-Fleurimont, promoteur de plusieurs entreprises en Afrique occidentale, a exposé en termes précis la question des agents coloniaux.

Au cours de la première partie de son étude, il analyse les conditions physiques, les qualités intellectuelles, les tendances morales qu'il est bon d'exiger des postulants.

L'effet déprimant du climat tropical et les modifications que produisent sur l'organisme divers changements dans l'alimentation, imposent, dit M. Aspe-Fleu-

rimont, la nécessité de ne recruter les agents que parmi les hommes sains et formés : « Une visite préalable à un médecin consciencieux est donc obligatoire. S'il était toujours possible de choisir pour le mieux, il conviendrait de n'engager que des tempéraments moyens, ni trop bilieux, ni trop sanguins, ni trop nerveux. Quant à l'âge, je n'hésite pas à exclure les jeunes gens ayant moins de vingt ans et les hommes qui, n'ayant jamais vécu dans les pays chauds, dépassent trente-cinq ans; chez les premiers, il y a souvent insuffisance de formation physique; chez les seconds, l'inconvénient contraire est fréquent (1). »

En ce qui concerne les connaissances requises chez les employés coloniaux, elles diffèrent souvent de celles qu'on estime suffisantes chez un agent métropolitain.

« Entre ceux que leurs fonctions appellent à renseigner le public sur ce qu'on peut faire aux colonies et des jeunes gens désireux de s'expatrier, s'engage fréquemment le colloque suivant : « Je veux aller aux colonies. — Dans laquelle ? — Cela m'est indifférent. « — Pour quoi faire ? — Tout ce qu'on voudra. » Voilà un homme de bonne volonté, pensera-t-on. Non pas, c'est une pure non valeur.

« Combien je préfère l'individu qui vient dire : « J'ai fait mon service militaire au Sénégal, au Soudan; je me suis familiarisé avec les dialectes indigènes ; j'ai

(1) ASPE-FLEURIMONT. *Rapport sur la question des agents coloniaux à la 5^e Section du Congrès d'Expansion économique mondiale de Mons, en 1905*, page 3.

« observé le caractère et la nature des gens; je crois
« avoir saisi les idées et les manières qui conviennent à
« leur tempérament. » A celui-là il ne faut pas demander
grand chose de plus ; s'il a de la conduite et de la santé,
il réussira (1). »

Quelles aptitudes spéciales exigera-t-on des candidats ? Cela dépend des colonies dans lesquelles les futurs émigrants sont appelés à servir. Selon M. Aspe-Fleurimont, un bon employé parisien réussira dans nos comptoirs d'Extrême-Orient, où le négoce use des mêmes procédés que le commerce européen ; mais il supportera difficilement un séjour prolongé dans la brousse africaine. Par contre, les originaires des Alpes, des Pyrénées et des Cévennes, habitués à une existence difficile et se contentant de peu, sont dans nos établissements d'Afrique des collaborateurs précieux. Sur des appointements modestes, ils parviennent à réaliser des économies suffisantes pour amasser en quelques années un petit pécule. Revenant dans leur pays d'origine, ils racontent leurs voyages à leurs cadets, et ceux-ci partent à leur tour.

Quant aux tendances morales (état d'esprit de l'émigrant au moment où il demande à s'expatrier, caractère, situation de famille pouvant influencer sur sa conduite), on aurait le plus grand tort de les négliger. Il convient d'empêcher un jeune homme inexpérimenté de contrac-

(1) *Loc. cit.*, p. 4.

ter un engagement à la suite d'un coup de tête, ou d'un enthousiasme momentané provoqué par des récits trompeurs. « Il faut tout prévoir et tout dire à celui qui va partir : la solitude dangereuse, l'isolement néfaste, l'ennui démoralisateur, le découragement provenant de la maladie, du marasme des affaires, d'échecs immérités... Il faut le garder de ces inimitiés enfantines, inexplicables, qui énervent et qui nuisent à tout et à tous...; est-il raisonnable de voir, comme cela se produit souvent, quatre ou cinq blancs, divisés en deux camps, passer leur temps à s'observer mutuellement du matin au soir et s'irriter jusqu'au paroxysme par des milliers de coups d'épingles ? » (1).

Aux offices coloniaux qui reçoivent quotidiennement de nombreuses demandes d'emploi incombe le soin de faire la sélection nécessaire.

Souvent les postulants joignent spontanément à leur requête un *curriculum vitæ* et signalent les raisons pour lesquelles ils songent à émigrer. Tous ces renseignements permettent la constitution pour chaque candidat d'un dossier provisoire qui sera utilement communiqué, en temps opportun, aux maisons de commerce.

Au moment de la signature des engagements, les offices coloniaux peuvent encore rendre de très appréciables services aux émigrants, en examinant les clauses des conventions qui vont les lier et en leur expliquant la portée de ces stipulations.

(1) *Loc. cit.*, p. 6.

La rédaction des contrats présente, en effet, d'une manière générale, une assez grande importance.

Tout d'abord, la durée de l'engagement doit varier suivant le pays de destination et la nature des fonctions à remplir.

Au Dahomey et à la Côte d'Ivoire, il serait dangereux de servir plus de trois années de suite.

Les appointements sont également différents selon les lieux. En Afrique occidentale, il est d'usage de défrayer les agents de toutes les dépenses d'entretien, et de leur allouer un traitement de début de 150 francs par mois environ. En Indo-Chine, au contraire, un employé gagne mensuellement de 300 à 400 francs, mais il doit se loger, se nourrir, et en définitive il lui est difficile de réaliser des économies.

Il y a lieu d'ajouter que la plupart des sociétés exigent l'insertion, dans l'acte, de certains articles spéciaux relatifs au paiement des frais de voyage et de rapatriement. Ces clauses ont pour but d'éviter qu'un nouvel engagé ne demande, après un court séjour, à rentrer en France pour raisons de santé, et n'occasionne ainsi des pertes sèches à ses employeurs.

Enfin, le plus souvent, est formellement stipulée la prohibition de se placer dans une maison locale concurrente.

Il est bon de renseigner les intéressés sur les raisons et la portée des obligations qu'ils contractent, sur la valeur exacte des avantages qu'ils obtiennent. — Nul ne saurait le faire avec plus d'autorité et d'impartialité que les offices coloniaux.

*
* *

Tandis que, pour les colonies d'exploitation, l'émigration des hommes reste étroitement subordonnée à celle des capitaux, cette subordination se trouve fort atténuée quand il s'agit de possessions placées dans les mêmes zones climatiques que la métropole. La mise en valeur de ces pays ne nécessite pas la fondation de grandes exploitations ; elle exige avant tout une forte immigration. Ces colonies ont moins besoin d'argent que de bras.

Cela ne signifie pas que la valeur personnelle de l'émigrant doive y être considérée comme quantité négligeable. Les Etats-Unis ont pu se rendre compte du danger qu'il y avait à accueillir trop facilement tous les nouveaux venus, sans se préoccuper de leurs ressources et de leur moralité. L'immigration s'y trouve aujourd'hui sévèrement réglementée. Les colonies qui feraient indistinctement appel à tous les concours s'exposeraient au même péril. Elles ne peuvent tirer avantage que d'un afflux d'immigrants laborieux, ayant de sérieuses connaissances techniques.

Mais, ces réserves faites, il est permis d'affirmer que leur prospérité ne peut être assurée que grâce à un peuplement intensif.

C'est dire que les offices ou agences chargées de leur envoyer les travailleurs dont elles ont besoin se préoccupent très vivement de tout ce qui concerne l'émigration.

Au lieu de se trouver en présence de multiples de-

mandes d'emploi auxquelles il est difficile de donner suite, ces agences sollicitent le travailleur de passer les mers et d'aller mettre son activité au service des terres nouvelles, qui doivent constituer un prolongement de la métropole, une plus grande patrie.

Si l'émigrant a quelques économies et de bonnes notions d'agriculture, il deviendra colon au sens strict du mot, il s'attachera à la terre, et ce sera le mieux. Si c'est un ouvrier, son industrie ne manquera pas d'occasions de s'exercer dans ces contrées où l'Européen peut, sans risquer de compromettre sa santé, se livrer aux travaux manuels, et où la besogne ne manque certes pas.

Les offices chargés d'attirer les travailleurs dans les régions de peuplement ont recours à des moyens de publicité très variés : distribution de notices indiquant sommairement pour chaque colonie les ressources du sol, le prix des denrées, les facilités de transport ; apposition d'affiches, principalement dans les centres d'où rayonne d'une manière habituelle le courant de l'émigration ; organisation de conférences dans les campagnes, dans les écoles, dans les casernes, etc...

Les mêmes services instruisent, avec le concours des autorités locales ou de délégués spéciaux, les demandes de concessions ; ils s'assurent que les candidats recrutés par leurs soins présentent toutes les qualités nécessaires pour fonder un établissement durable. Ils réduisent ainsi au minimum les risques d'envoyer des non-valeurs dont la présence dans une colonie ne saurait présenter que des inconvénients.

II

Si l'on s'en tenait aux considérations générales qui précèdent, on pourrait, semble-t-il, conclure à la possibilité de ramener à deux modèles-types les différentes institutions de vulgarisation et de propagande coloniales.

On rattacherait au premier groupe les offices chargés de faciliter le progrès des colonies d'exploitation, et à la seconde catégorie les agences qui ont mission de hâter le développement des colonies de peuplement.

Mais une classification aussi simple provoquerait de justes critiques : on lui reprocherait avec raison de ne pas tenir compte des influences multiples qui modifient, selon les pays et les époques, les méthodes de colonisation.

N'avons-nous pas maintes fois entendu dire que « les Français ne savent pas coloniser ? » (1) — Les termes mêmes dans lesquels est formulée cette appréciation,

(1) Nous conseillons volontiers à ceux qui émettent cette opinion de passer simplement la Méditerranée et de parcourir l'Algérie. En présence des immenses étendues cultivées, des grandes cités sorties de terre presque comme par enchantement, ces publicistes en chambre changeront sans doute d'avis.

inexacte du reste, attestent suffisamment qu'on considère le problème de la mise en valeur comme susceptible de recevoir des solutions diverses.

On place communément la Grande-Bretagne au premier rang des nations colonisatrices. Or, si l'on admire avec raison la souplesse de son organisation impériale, les magnifiques résultats que nos voisins ont obtenus, pourrait-on, allant plus loin, préconiser l'emploi intégral de leurs méthodes dans nos propres possessions. Nul ne songe à le faire.

La plus grande et la plus belle partie de l'Empire britannique est constituée par quelques vastes colonies qui, en raison de leur climat, de leurs productions, se prêtent merveilleusement à l'immigration européenne. Toutes les nations ont contribué à les peupler. Dans ces pays neufs, où deux bras solides et un caractère bien trempé valent un capital, un travailleur courageux a toujours été bien accueilli.

Issues d'un tel mélange de races les populations de ces colonies ont rapidement pris conscience de leur mentalité propre, de leurs intérêts particuliers. Elles ont réclamé leur autonomie, et la Grande-Bretagne, qui avait retiré un enseignement inoubliable de la guerre d'indépendance des Etats-Unis, a été assez sage pour ne pas rejeter leurs revendications. Aujourd'hui la couronne d'Angleterre apporte dans ses relations avec les assemblées coloniales une largeur de vue égale à son ancienne intransigeance. Un gouvernement ne saurait renoncer plus franchement aux errements suivis dans le passé.

Il résulte de cette politique très libérale que certaines possessions britanniques sont en réalité des pays quasi indépendants. Les liens du loyalisme les rattachent, il est vrai, à la mère-patrie : Terre-Neuviens, Canadiens, Australiens se proclament sujets féaux du roi. Cela, toutefois, ne les empêche pas de défendre opiniâtrément leur particularisme économique chaque fois que leurs intérêts le commandent. Ainsi firent le Parlement de Terre-Neuve, lors du règlement de la question du French-Shore, et celui du Canada au cours de la négociation des traités de commerce.

La conséquence d'un tel état de choses, c'est que les colonies possédant un gouvernement autonome (self government) veulent avoir à Londres une représentation libre. Leurs agents généraux sont les « chargés d'affaires » des pouvoirs locaux ; ils ne reçoivent aucune suggestion du Ministère des Colonies (Colonial Office), ne lui rendent aucun compte.

Du Canada, de l'Australie, passons à l'Algérie. La situation est ici toute différente. Notre possession méditerranéenne dépend étroitement du gouvernement central. Son rattachement au Ministère de l'Intérieur et sa division en départements sont significatifs. A tous les points de vue (politique, stratégique, administratif, économique), la terre algérienne est considérée comme un prolongement du sol français. La France ne tolérerait pas qu'une de ses colonies, après s'être affranchie de la tutelle de la métropole pût, en cas de guerre, refuser son contingent militaire à l'armée nationale, comme le firent

les possessions anglaises (à l'exception du Canada et de la Nouvelle Galles du Sud) pendant la campagne du Transvaal. On veut voir parfois dans l'institution des Délégations financières algériennes un essai de création d'un Parlement local, un pas vers l'autonomie. C'est exagérer singulièrement le rôle des Délégations.

Il est si peu question de desserrer les liens politiques qui unissent notre pays à l'Afrique du Nord qu'on se préoccupe vivement d'empêcher la formation d'une « mentalité algérienne » : La présence dans la colonie, à côté des nôtres, de 300.000 Espagnols, Italiens et Maltais, que le jeu de la loi de 1889 francise automatiquement en droit, mais qui gardent en fait des attaches avec leur patrie d'origine, pose à l'heure actuelle un des problèmes algériens les plus passionnants. On répète inlassablement depuis plusieurs années qu'il faut peupler l'Algérie de Français, pour maintenir solide, au milieu des 6 millions d'indigènes et des groupements étrangers, l'îlot qui doit défendre autour de nos couleurs symboliques les traditions historiques, les qualités intellectuelles et morales de notre race.

Dans ces conditions notre Office de l'Algérie ne peut présenter qu'une ressemblance assez lointaine avec les agences générales anglaises. Ses attributions politiques sont nulles, et même dans le domaine de l'administration pure, son rôle se trouve singulièrement réduit (trop peut-être) par notre système de centralisation à outrance. Enfin, en matière économique, il ne jouit pas de la liberté très grande que la Grande-Bretagne consent aux

représentants des gouvernements coloniaux. Sa propagande en faveur de l'émigration ne doit s'exercer, en considération de l'intérêt supérieur de la défense nationale, que dans un champ limité : la métropole. Il se trouve ainsi empêché de recourir à l'organisation ingénieuse qui permet aux agents généraux anglais de drainer la main-d'œuvre internationale vers les colonies autonomes.

N'insistons pas davantage pour le moment sur la méthode britannique, et regardons ce qui se passe en Allemagne et en Italie, pays qui fournissent annuellement de nombreux contingents d'émigrants.

L'exode vers les terres nouvelles y est-il provoqué par des institutions collectives sur lesquelles nous puissions prendre exemple ? Nullement. Les Allemands et les Italiens s'expatrient volontiers parce qu'ils étouffent chez eux. Leurs gouvernements n'ont plus qu'à se préoccuper, directement ou indirectement (1), de canaliser et de diriger le courant et, le cas échéant, de tirer pour l'agriculture et l'industrie métropolitaines un parti avantageux de l'établissement d'un grand nombre de leurs sujets sur les marchés extérieurs.

Ce double désir de conduire les déracinés aux meilleurs postes, et de les utiliser comme placiers des pro-

(1) Nous examinerons plus loin l'œuvre de la « Deutsche Kolonialgesellschaft », en Allemagne, et celle du « Commissariato dell' Emigrazione », en Italie.

duits nationaux peut se traduire en Allemagne et en Italie par des organisations spéciales; dont le besoin ne se fait pas sentir chez nous.

En résumé, les méthodes d'expansion coloniale s'adaptant dans chaque pays à des besoins particuliers et paraissant susceptibles de continuelles modifications, il ne saurait être question de les ramener à un modèle-type.

Toutefois, certains procédés de documentation et de propagande semblent pouvoir être employés avec profit par toutes les nations comme à toutes les époques, parce qu'ils répondent à des aspirations communes.

Aussi ne sera-t-il pas inutile, après avoir exposé le fonctionnement de quelques offices coloniaux, de comparer entre elles ces différentes organisations, avec l'espoir de tirer de cette étude un certain nombre de conclusions pratiques.

DEUXIEME PARTIE

Exposé analytique de l'organisation et du fonctionnement des Offices coloniaux français

DEUXIÈME PARTIE

Exposé analytique de l'organisation et du fonctionnement des Offices coloniaux français.

SECTION I

Institutions destinées à faciliter la mise en valeur des possessions rattachées au Ministère des Colonies.

CHAPITRE PREMIER

L'Office colonial (1).

SOMMAIRE. — *Historique.* — L'ancienne Exposition permanente des Colonies. Création de l'Office colonial. — Les Conseils de perfectionnement et d'administration. — Organisation et fonctionnement des différents services. 1° Section de la Colonisation (centralisation des renseignements sur les conditions de la mise en valeur ; rapports, enquêtes ; collaboration des

(1) Consulter : Rapport du Directeur au Conseil d'administration (annuel) ; *Bulletin de l'Office colonial* (anciennement, *Feuille de renseignements*), mensuel ; Notice sur les services du Ministère des Colonies, publiée à l'occasion de l'Exposition de 1900.

fonctionnaires coloniaux détachés ; les notices sur les colonies ; l'émigration des travailleurs et des capitaux). 2° Section du commerce (constitution de dossiers économiques ; *Bulletin de l'Office colonial* ; liste des entreprises coloniales ; albums-références ; portefeuille commercial des colonies françaises). 3° Musée commercial. 4° Service des expositions et transports (moyens et prix de transport ; participation aux grandes expositions ; expositions temporaires de l'Office colonial ; organisation de conférences). 5° Service de la statistique (commerce, navigation, mines, finances, population, instruction publique, etc.). 6° Bibliothèque. 7° Bureau de vente. — L'Office colonial et les Chambres de commerce.

HISTORIQUE. — *L'ancienne Exposition permanente des Colonies. — Création de l'Office colonial.*

Le désir de documenter le public sur les ressources de notre empire d'outre-mer et de multiplier les échanges entre la France et ses possessions avait provoqué, longtemps avant la création de notre Office colonial actuel, une organisation complète qu'on est trop tenté d'oublier aujourd'hui : l'Exposition permanente des colonies.

Fondée en 1855 cette Exposition avait été d'abord installée rue de Rivoli, puis transférée en 1859 au Palais de l'Industrie. On n'y fit figurer à l'origine que des échantillons des produits naturels des colonies.

En 1883, M. Félix Faure, alors Sous-Secrétaire d'Etat, se préoccupa d'élargir le cadre de l'institution en faisant participer cette dernière à l'extension de notre commerce d'exportation. Une section nouvelle fit connaître aux

producteurs de la métropole les marchandises de provenance étrangère qui alimentent les marchés coloniaux.

Enfin l'arrêté du 14 mai 1887 vient compléter l'Exposition en lui adjoignant « un bureau de renseignements
« commerciaux chargé de fournir aux négociants et aux
« industriels toutes les indications qui leur sont utiles
« sur les ressources propres de chacune de nos colonies,
« sur les débouchés qu'elles peuvent offrir au commerce
« et à l'industrie de la métropole, sur les moyens de
« transport et sur les prix de fret, et d'une manière
« générale sur toutes les questions intéressant les transactions entre les colonies et la métropole ».

Fallait-il s'en tenir là ? Inviter nos industriels à fabriquer des articles similaires à ceux qui portaient des marques étrangères, c'était en somme perpétuer dans nos possessions les goûts qu'y avaient implantés les pays rivaux. Mieux valait assurer la prédominance de marchandises essentiellement françaises.

Dans ce but, M. Etienne constitua, en 1890, dans chacune de nos colonies, un musée des produits de l'industrie nationale. L'Exposition permanente fut chargée non seulement de recevoir et d'expédier les objets, échantillons, modèles, albums et prix courants destinés à figurer dans ces musées, mais aussi d'en provoquer l'envoi.

Un Comité consultatif était appelé à intervenir dans le fonctionnement du service. Il était assisté de comités locaux qui donnaient leur avis sur toutes les questions se rattachant au succès de l'Exposition. Ces Comités étaient composés : 1° d'un délégué du Conseil général ;

2° d'un délégué de chacune des Chambres de commerce ou d'agriculture de la colonie ; 3° de trois membres nommés par le Gouverneur.

Enfin il y avait au Palais de l'Industrie une bibliothèque coloniale très complète, très instructive, dont les collections ont permis de constituer la Bibliothèque de l'Office colonial.

Pour propager ses informations, l'Exposition permanente publiait un Bulletin (ultérieurement remplacé par la *Revue Coloniale*) qu'elle envoyait dans les bibliothèques de toutes les Chambres de commerce de France, d'Algérie et des colonies, dans toutes les bibliothèques municipales de Paris, dans celles de toutes les Sociétés de géographie, à bord des paquebots de nos grandes Compagnies maritimes, etc.

Tel était l'état de choses lorsque fut rendu le Décret du 1^{er} octobre 1894 qui instituait au Ministère des Colonies un Service des Renseignements commerciaux et de la colonisation. C'était moins, disait M. Delcassé dans son Rapport au Président de la République, une création nouvelle que la réunion en un service autonome d'attributions qui existaient déjà à l'administration centrale ou dans ses services extérieurs.

En effet des deux sections prévues par le décret, l'une se bornait à examiner les demandes de passages gratuits, fonction dont s'acquittait antérieurement un bureau du ministère, et l'autre, celle des renseignements commerciaux n'était, sous une nouvelle dénomination, que l'Ex-

position permanente elle-même. Toutefois celle-ci n'était plus que l'annexe du bureau de renseignements.

Cette situation ne dura pas longtemps.

En 1896, le nouveau règlement de l'Administration centrale des Colonies supprima le service des renseignements. Quelque temps après, la démolition du Palais de l'Industrie survenant, l'Exposition Permanente disparut à son tour. Il importait de remplacer au plus tôt ces organes par un établissement qui réunît leurs attributions.

A cet effet, le Ministre des Colonies soumit au Président de la République un projet de décret portant création de l'Office colonial français.

Dans son rapport, M. Decrais citait, à titre d'exemples, l'Imperial Institute de Londres, les musées commerciaux de Bruxelles, de Berlin, de Hambourg, de Brême, de Leipzig, qui avaient contribué pour une large part au développement économique de la Grande-Bretagne, de la Belgique et de l'Allemagne. Le Ministre ajoutait que l'Office entretiendrait des relations constantes avec les instituts coloniaux de province et compléterait utilement les œuvres si intéressantes dues à l'initiative privée.

Le décret constitutif de l'Office colonial parut le 14 mars 1899.

Ce décret a chargé l'Office :

1° De centraliser et de mettre à la disposition du public les renseignements de toute nature concernant

l'agriculture, le commerce et l'industrie des colonies françaises ;

2° D'assurer le fonctionnement d'une exposition permanente du commerce colonial.

Aux termes des articles 2 et 3, l'Office colonial est placé sous la surveillance d'un Conseil de perfectionnement, et géré par un Conseil d'administration ; les articles suivants prévoient les ressources budgétaires du nouvel établissement, arrêtent la composition et le mode de fonctionnement des Conseils et les attributions des services.

Le décret du 14 mars 1899 a été complété par plusieurs textes que nous mentionnerons en étudiant les différents rouages de l'Office.

Une loi du 18 février 1904, a investi l'établissement de la personnalité civile.

*Conseil de perfectionnement et Conseil
d'Administration.*

Le Conseil de perfectionnement, présidé par le Ministre des Colonies, est appelé à donner son avis sur les améliorations qui pourraient être réalisées dans le fonctionnement du service, et sur les mesures propres à contribuer au développement du commerce entre la métropole et les colonies.

Conformément à l'arrêté du 25 juin 1900 modifiant

l'arrêté du 15 mars 1899, il se compose (article 1^{er}) :

1° Des membres du Comité consultatif de l'agriculture, du commerce et de l'industrie près le Ministère des Colonies ;

2° Des Présidents des Chambres de commerce de Bordeaux, Dunkerque, Le Havre, Lille, Marseille, Nantes, Paris, Rouen, Roubaix, ou leurs délégués ;

3° Du Directeur de l'Office national du commerce extérieur et du Directeur de l'Office colonial ;

4° Du Directeur du Jardin colonial à Nogent ;

5° De l'Inspecteur général des travaux publics ou de son délégué ;

6° De l'Agent central des banques coloniales ;

7° D'un fonctionnaire du Ministère des Colonies représentant l'Administration centrale.

L'énumération qui précède montre le souci qu'on a eu de grouper à la tête de l'Office les personnes qui, en raison de leurs fonctions, sont particulièrement à même de donner des avis autorisés sur les questions coloniales.

Le Conseil (article 2) se réunit obligatoirement une fois par trimestre pour entendre le rapport du Conseil d'administration et délibérer sur tout ce qui touche au perfectionnement de l'œuvre.

Le Directeur de l'Office n'a pas manqué de l'entretenir régulièrement de toutes les affaires importantes traitées par son ordre.

Le Conseil de perfectionnement est effectivement présidé, lors de ses réunions, par l'un de ses vice-présidents, MM. Etienne et Godin, anciens ministres, qui tous deux

ont été les chefs de l'administration coloniale et dont le dévouement à la grandeur des possessions françaises trouve dans l'exercice de leurs délicates fonctions une nouvelle occasion de s'affirmer.

Conseil d'administration. — Le décret du 14 mars 1899, avait décidé que l'Office serait géré par un Conseil d'administration composé de quatre membres choisis dans le Conseil de perfectionnement et de trois représentants du département des colonies.

Aucun amendement n'a été apporté à cette disposition jusqu'en 1905. Le Conseil s'est réuni à peu près régulièrement tous les mois, intervenant ainsi fréquemment dans la gestion du service. Nul changement n'est survenu dans l'organisation intérieure de l'Office dont il n'ait été saisi. De plus, les budgets étant délibérés dans son sein avant d'être soumis à l'approbation du Ministre, il a pu contrôler d'une manière suivie l'emploi des crédits modestes dont dispose l'institution.

En 1905, la composition du Conseil a été quelque peu modifiée.

Ainsi que le faisait observer le Ministre des Colonies dans le rapport au Président de la République précédant le décret du 8 juillet 1905, l'Office colonial avait, depuis l'époque de sa fondation, pris moralement et matériellement une importance toujours croissante. Ses relations, et par suite son action, s'étaient étendues et ses ressources financières, quoique encore extrêmement restreintes, avaient néanmoins doublé dans une période de cinq années.

« L'importance que je signale, écrivait M. Clémentel, « doit nécessairement s'accroître avec le développement « normal d'une institution qui semble avoir conquis la « faveur de la clientèle coloniale, et à laquelle la loi du « 18 février 1904 a apporté une autorité plus grande en « lui conférant la personnalité civile.

« En même temps que s'étendait la sphère d'action « matérielle et morale de l'Office, s'accroissaient dans « une mesure proportionnelle les responsabilités de « ceux qui avaient charge de gérer l'institution.

« Il m'a semblé, dès lors, qu'il convenait d'élargir le « cadre de l'assemblée qui veut bien assumer ces « responsabilités. »

Le décret du 8 juillet 1905 a porté de sept à neuf le nombre des membres du Conseil d'administration, dont trois seulement continuent à appartenir au Ministère des Colonies.

Le Conseil est actuellement présidé par M. Saint-Germain, sénateur, plusieurs fois Rapporteur du budget des colonies.

Les différents services de l'Office colonial.

L'arrêté ministériel du 18 juin 1899, portant organisation des services et du personnel de l'Office colonial, dispose (article premier, paragraphe 1) :

« Les services de l'Office colonial sont répartis en « deux sections : commerce et colonisation. Ils com-

« prennent en outre les services de la statistique et de la « bibliothèque. »

Un Musée commercial a été constitué ultérieurement à l'aide des collections de l'ancienne Exposition permanente.

En outre, un service spécial « des expositions et transports », a été créé il y a trois ans.

Enfin il y a lieu de mentionner le bureau de vente des publications coloniales officielles.

Nous étudierons successivement :

La Section de la Colonisation ;

La Section du Commerce ;

Le Musée commercial ;

Le Service des Expositions et Transports ;

Le Service de la Statistique ;

La Bibliothèque ;

Le Bureau de Vente.

Section de la Colonisation.

L'arrêté ministériel du 18 juin 1899 avait donné (articles 1^{er}, paragraphe 3) à la Section de la Colonisation les attributions suivantes :

a) Introduction d'immigrants aux colonies. Notices coloniales. Régime des impôts. Régime militaire. Placement des jeunes Français dans les maisons de commerce, les industries, les exploitations agricoles, les entreprises de navigation.

b) Exploitations agricoles. Concessions. Régime domanial, principales cultures à entreprendre. Rapport avec le Jardin colonial de Vincennes. Chambres d'agriculture.

c) Etablissement de maisons de commerce aux colonies.

d) Etablissement d'industries aux colonies.

e) Exploitations minières des colonies. Régime des mines.

f) Service des renseignements sur les adjudications, contrats, marchés de travaux et de culture aux colonies.

g) Service des lignes de navigation. Horaires à jour. Renseignements sur les relations postales et télégraphiques.

Abstraction faite de celles de ces attributions qui sont comprises dans le dernier paragraphe et qui reviennent aujourd'hui au Service des Expositions et Transports, on peut définir le rôle essentiel de la Section de la Colonisation en quelques mots : préparer l'exploitation raisonnée et méthodique de nos possessions, en étudiant et en faisant connaître les ressources de leur sol et de leur sous-sol et les moyens pratiques d'utiliser ces ressources, faciliter l'introduction dans nos colonies des éléments indispensables à toute production économique : le capital et le travail.

Les premiers renseignements recueillis par la Section de la Colonisation furent puisés dans les rapports éma-

DES OFFICES DE RENSEIGNEMENTS COLONIAUX

nant des administrations locales. Quelques Gouverneurs ont bien voulu, dès la fondation de l'Office, adresser à son Directeur d'intéressantes études, accompagnées parfois de cartes de colonisation.

L'Office n'a pu se contenter évidemment des renseignements qu'on lui a bénévolement envoyés. A maintes reprises, il a fait procéder à des enquêtes dont les résultats lui ont permis de compléter ses dossiers.

Enfin, il a mis largement à contribution l'expérience des coloniaux en congé (non pas seulement des fonctionnaires officiellement détachés auprès de lui, mais de tous ceux qui, venus au Palais-Royal pour consulter les journaux et les revues, pour rendre visite à des amis personnels, firent une narration vivante de leur séjour au-delà des mers).

Dans son rapport sur l'ensemble du Service pendant l'exercice 1907, M. Auricoste, Directeur de l'Office colonial, après avoir exprimé le désir que toutes nos possessions soient officiellement représentées au Palais-Royal (1), rend hommage au concours que lui ont prêté les coloniaux en congé (2).

M. Auricoste signale qu'il a cru devoir, en reconnaissance de ce concours, offrir à l'Association des Adminis-

(1) A l'heure actuelle, Madagascar et l'Afrique occidentale seules ont un représentant à l'Office colonial.

(2) Office colonial. Rapport du Directeur au Conseil d'administration sur l'ensemble du service pendant l'exercice 1907, p. 13.

trateurs coloniaux, un local de réunion. « J'ai pensé
« qu'il y avait intérêt à créer un lien entre l'Office et un
« corps de fonctionnaires capables de lui apporter une
« aide précieuse. J'ajoute, qu'en effet, les membres de
« l'Association m'ont demandé spontanément de faire
« appel à leurs connaissances spéciales chaque fois que
« je le jugerai à propos. »

L'Office a pu constituer ainsi sur les principales questions de colonisation, des dossiers assez nombreux qui ont déjà rendu de grands services. Mais il serait à même de jouer un rôle prépondérant si les colonies complétaient spontanément et régulièrement ses informations. C'est là un desideratum que M. Auricoste a formulé fréquemment et qu'il a exposé de nouveau dans son dernier Rapport :

« *L'Office Colonial* demande aux administrations locales de le documenter sur tel ou tel point spécial de colonisation. Ces documents sont généralement fournis assez complets. Mais est-ce ainsi que les choses devraient se passer normalement ? Nous nous exposons par ce procédé à poser des questions insolubles ou déjà résolues ! En tout cas, nous ne pouvons envisager qu'un côté de la question, celui qui nous est posé par notre visiteur ou notre correspondant. Ne serait-il pas plus logique que les administrations locales, au courant de tous les besoins de la colonie, des entreprises à y fonder pour assurer sa prospérité, nous fassent connaître d'une manière précise ce qu'il y a à faire chez elles pour favoriser l'agriculture, le com-

« merce et l'industrie ? Les services locaux devraient
 « nous dire: « Une entreprise de..... avec un capital
 « de..... aurait beaucoup de chances de réussir
 « à..... » et fournir, en même temps, tous les élé-
 « ments d'étude sur la question. Cette entreprise pour-
 « rait être agricole, commerciale, industrielle, peu
 « importe.

« Si nous avions des renseignements précis, détaillés,
 « sur chaque affaire et pour chaque colonie, l'*Office*
 « trouverait toujours, soit dans ses nombreuses rela-
 « tions, soit au moyen de la publicité dont il dispose,
 « des hommes courageux, possédant les capitaux néces-
 « saires, pour entreprendre les travaux divers qui leur
 « seraient indiqués.

« Nous serions heureux, dans l'intérêt de l'œuvre que
 « nous poursuivons, que cet appel fût entendu. La Sec-
 « tion de Colonisation, tout en prenant plus d'impor-
 « tance et en rendant plus de services, aurait ainsi sa
 « tâche singulièrement facilitée (1). »

Afin de propager les informations qu'elle recueille, la
 Section de la Colonisation a fait éditer sur la plupart
 de nos possessions d'outre-mer, des notices d'ensemble,
 sortes de guides de poche de 30 à 80 pages, qui contien-
 nent des indications sommaires, mais abondantes et

(1) Office colonial. Rapport du Directeur au Conseil d'admini-
 stration sur l'ensemble du service pendant l'exercice 1907,
 p. 17.

variées (description géographique, climat, maladies à craindre et hygiène à suivre, moyens de communication, main-d'œuvre, productions agricoles et minières, commerce, faune, etc.).

Voici la liste des notices actuellement parues : Sénégal, Congo, Réunion, Madagascar, Mayotte et dépendances, Côte des Somalis, Cochinchine, Cambodge, Annam et Tonkin, Guadeloupe, Martinique, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Etablissements français de l'Océanie, Inde, Dahomey.

Ces brochures étaient autrefois envoyées contre remboursement des frais de poste aux personnes qui en faisaient la demande. Mais depuis un an, l'Office a cru devoir, pour des motifs d'ordre budgétaire, renoncer au système de la gratuité, malgré les avantages qu'il présente au point de vue de la propagande. Il faut reconnaître qu'il a cependant distribué des séries entières de publications à des groupes scolaires, à des Sociétés d'enseignement et de vulgarisation.

La Section de la Colonisation ne s'est pas bornée à étudier les conditions de la mise en valeur de nos possessions, elle a cherché à faciliter, dans la mesure des moyens dont elle disposait, l'exploitation du domaine français d'outre-mer.

Pour encourager l'émigration des travailleurs aux colonies, l'Office a disposé, pendant quelques années, de crédits qui, après avoir subi plusieurs réductions

successives, ont été finalement supprimés par le Parlement (1).

Les fonds de l'ancien chapitre 17 du Budget Colonial étaient destinés, en effet, à permettre de concéder des passages à prix réduit, ou même complètement gratuits, à deux catégories d'émigrants comprenant :

1° Les personnes munies d'un engagement leur assurant une situation dès leur arrivée dans la colonie ;

2° Celles qui disposaient de ressources suffisantes pour fonder ou racheter dans l'une de nos possessions une entreprise d'une nature quelconque.

On exigeait, naturellement, des requérants, d'autres conditions, au point de vue de leur santé et de leur moralité.

Grâce aux crédits qui lui étaient spécialement alloués à cet effet, l'Office a accordé :

En 1900, 593 passages, capitaux annoncés: 825.000 fr.

1901, 627	—	—	—	720.000
1902, 559	—	—	—	399.000
1903, 405	—	—	—	201.278
1904, 302	—	—	—	108.000
1905, 295	—	—	—	34.000
1906, 201	—	—	—	63.000

Soit, en six années, 2.982 personnes, possédant 2.350.278 francs.

(1) Le crédit de l'émigration était de 100.000 fr. en 1899 et en 1900 ; il était descendu à 50.000 fr. en 1906, et à 10.000 fr. en 1907.

A plusieurs reprises, cependant, les rapporteurs du Budget avaient manifesté l'intention de demander la suppression des concessions de passages. La plupart des réquisitions, disait-on, étaient données à des agents commerciaux ou à des ouvriers, dont les employeurs étaient assez riches pour acquitter les frais de transport de leur personnel.

Dans quelques cas particuliers, à la vérité peu nombreux, des engagements de complaisance avaient même pu permettre à des émigrants ne remplissant qu'en apparence les conditions réglementaires, d'obtenir la gratuité du passage. Les Compagnies maritimes s'étaient plaintes maintes fois ; elles avaient fait remarquer que les réquisitions, tout en ne profitant qu'à de grandes entreprises coloniales, portaient atteinte à leurs propres intérêts, en raison de la réduction de tarif qu'elles portaient

Aussi bien, dès 1907, le Parlement ne vote plus pour l'Emigration qu'un crédit de 10.000 francs, en vue de permettre aux femmes et enfants d'ouvriers et d'employés, partis antérieurement aux frais de l'administration, de rejoindre le chef de famille. Le budget de 1908 ne contient plus aucune subvention de cette nature.

Il est juste de reconnaître que les sommes modestes inscrites à l'ancien chapitre 17 n'ont jamais efficacement encouragé l'émigration.

S'il arrive aujourd'hui qu'un émigrant sérieux, muni d'un capital suffisant pour fonder avec chance de succès une exploitation quelconque, ne paraisse pas pouvoir

supporter, sans risquer de compromettre le sort de son entreprise, les frais onéreux de transport de personnel et de matériel, l'Office signale cette situation à l'administration locale intéressée. Celle-ci peut, en toute connaissance de cause, apprécier l'opportunité de venir en aide au futur colon.

Bien que l'Office ne puisse plus favoriser pécuniairement l'émigration, son rôle, en matière de colonisation, n'en reste pas moins intéressant. Tout émigrant a grand intérêt à se renseigner auprès de l'institution avant de donner suite à ses projets d'expatriation. Le choix d'une colonie dépend de multiples conditions : constitution physique, âge, connaissances pratiques antérieurement acquises, capital disponible, etc.

C'est à l'Office qu'il appartient d'examiner ces conditions, de s'entremettre entre la colonie et l'émigrant pour demander tous renseignements complémentaires qui paraîtront nécessaires.

C'est encore lui qui, en raison de ses rapports fréquents avec les services et les entreprises locales, est particulièrement à même de recommander le nouveau colon, de lui assurer, dès son arrivée, des relations utiles ; en un mot, de lui donner, à défaut d'une aide matérielle, l'appui moral, si précieux pour l'homme qui craint l'isolement dans une société nouvelle et sous un ciel inconnu.

Enfin, en retenant les offres et demandes de capitaux, qu'il enregistre soigneusement, en leur assurant la

publicité gratuite de son Bulletin, l'Office facilite la constitution d'entreprises coloniales.

Il arrive assez fréquemment que des officiers, des fonctionnaires, d'anciens soldats, des employés, qui ont séjourné aux colonies et qui connaissent les ressources de quelques régions, recherchent des commanditaires pour fonder des exploitations dont ils sauraient assurer la prospérité. L'Office signale leurs demandes aux jeunes gens de la métropole qui, possesseurs d'une certaine fortune, sont décidés à se rendre dans nos possessions lointaines pour y trouver un emploi particulièrement rémunérateur de leurs capitaux.

Il serait excellent que l'Office donnât une très grande publicité à ces offres et demandes. Il pourrait ainsi, en s'entourant naturellement de toutes les garanties désirables au point de vue de la moralité et des qualités des demandeurs, diriger l'épargne française vers des pays qu'elle semble trop ignorer, et où cependant l'argent bien utilisé devrait être la source de revenus considérables.

Section du Commerce.

Aux termes de l'arrêté du 18 juin 1899 (art. 1^{er}, paragraphe 2), les attributions de la Section du Commerce sont les suivantes :

a) Commerce de l'importation dans les colonies. — Transports, frets, assurances, moyens d'embarquement

et de débarquement dans les colonies, rupture de charges, certificat d'origine.

Droits de douane dans les colonies.

Droits d'octroi de mer, de consommation. Droits de port et de pilotage, etc...

Principaux produits importés. — Comparaison entre les produits français et les produits étrangers : prix, qualités, métrage, emballage, mode de paiement.

Exposition des produits étrangers consommés dans les colonies.

Enquête sur les chances d'importation de produits non encore connus ou peu connus.

Banques établies dans les colonies. — Renseignements sur l'importance et la solvabilité de ces maisons.

Chambres de commerce.

b) Commerce d'exportation des colonies en France. — Principaux produits exportés des colonies en France ou à l'étranger. Mercuriales. Transports, frets, assurances.

Droits de douane à l'entrée en France. Droits de sorties (ayant ou non caractère de droits de douane).

Principales maisons d'exportation dans les colonies.

Comparaison des produits des colonies importés en France et de ceux provenant de l'étranger.

En quelques mots, la Section du Commerce est chargée : 1° de faire connaître les produits coloniaux, de faciliter leur écoulement ; 2° de favoriser aux colonies la vente des produits métropolitains, et de mettre nos commerçants et nos industriels en mesure de lutter avec avantage contre la concurrence étrangère.

En ce qui concerne tout d'abord les produits coloniaux d'exportation, la Section du Commerce s'est préoccupée, dès l'origine, de leur consacrer des dossiers complets contenant des renseignements sur : les lieux de production, les prix de vente, les droits de douane, les moyens et les frais de transport, les lieux de consommation, les adresses des commerçants importateurs, les cours sur les marchés européens, etc...

A cet effet, la Section a procédé à des études et enquêtes nombreuses, dont nous citerons les principales :

Etude du régime douanier des colonies. — « Nos « commerçants, écrit M. Auricoste dans son rapport « sur l'exercice 1901 (page 27), font preuve, en général, « d'une ignorance très grande au point de vue du « régime douanier des pays avec lesquels ils sont ou « cherchent à entrer en relations. » C'est donc très fréquemment que l'Office est appelé à donner des renseignements sur les questions douanières. Il ne s'est pas borné à se tenir au courant de la législation coloniale, assez complexe en cette matière ; il a pris parfois des initiatives intéressantes ou provoqué des interprétations d'une nature délicate. C'est ainsi qu'en 1901, sur la demande d'un colon français de Guinée, il suggérait à l'administration locale de proposer au Ministre des Colonies l'exonération de certains produits textiles, farineux et oléagineux originaires de la colonie.

Parmi les questions d'interprétation qui soulevaient des difficultés, figuraient notamment celles concernant le régime applicable aux colonies à des marchandises

étrangères dont l'introduction est prohibée dans la métropole. L'Office a appelé l'attention des gouverneurs sur l'opportunité d'uniformiser sur ce point les solutions adoptées par nos différentes possessions.

Transports. — Nous nous bornerons ici à mentionner le soin que la Section a mis pendant plusieurs années à se documenter sur les questions de transports. Ces questions rentrent aujourd'hui dans les attributions d'un service spécial dont nous parlerons plus loin.

A côté de ces études générales, l'Office a fait des enquêtes particulières sur les principaux produits coloniaux.

Bois. — Plusieurs de nos possessions abondent en régions forestières, où l'on trouve des essences variées et riches, souvent inexploitées. La Section Commerciale a recueilli sur ces essences des renseignements précieux, et elle a pu déjà faciliter des transactions importantes. (On pourra consulter à ce sujet les Rapports de M. Auricoste sur l'exercice 1905, page 19, et sur l'exercice 1906, page 17.) En 1907, un commerçant indo-chinois, venu en France dans le but de trouver des acheteurs de produits forestiers du Tonkin, s'est installé à l'Office ; il y a reçu à jour fixe, et de nombreux visiteurs, auxquels il a pu présenter des échantillons bien préparés, lui ont confié des commandes.

Gommes. — Signalons en particulier une enquête sur les débouchés offerts par l'industrie européenne, à la gomme de balata. L'Administration des Affaires étrangères a demandé sur cette question des rapports

détaillés à nos représentants à Londres, Liverpool et Hambourg.

Fruits tropicaux. — « Le commerce des fruits tropicaux, qui a donné, en Amérique et en Angleterre, « de si beaux résultats, n'a pas pris dans notre pays, « tout au moins en ce qui concerne l'importation dans « la métropole des produits des colonies françaises, tout « le développement qu'il pourrait comporter. Diverses « combinaisons avaient été, durant ces dernières années, proposées pour organiser l'approvisionnement « régulier de la place de Paris en bananes, provenant « de la Guinée française, mais elles n'avaient pas « abouti, faute de certains concours ; et si la colonie « exporte cependant des fruits, cette exportation n'est « pas faite méthodiquement. Ces projets ont été repris « en 1905, par un certain nombre de personnes, qui ont « envoyé sur place un agent chargé d'étudier l'affaire. « Si la question de transport, si délicate en pareille « matière, peut trouver une solution heureuse, peut-être verrons-nous d'ici peu fonctionner en France « une entreprise analogue à celles qui opèrent dans les « pays voisins et aux Etats-Unis. (1) »

Caoutchoucs. — La Section du Commerce suit attentivement la production du précieux latex, l'amélioration des produits, les récoltes, les prix de vente, les nouveaux

(1) Office colonial. Rapport du Directeur au Conseil d'administration (exercice 1905), p. 20.

essais de culture. Les industriels peuvent obtenir sur toutes ces questions des renseignements très précis.

Coton. — L'Office ne s'est pas contenté de se tenir au courant de la propagande et des études de l'« Association cotonnière coloniale ». Il a lui-même contribué à faire connaître les cotons originaires de nos possessions. Différentes maisons de la métropole ont procédé, sur sa demande, à des essais de filature de fibres provenant du Cambodge, de l'Annam et de la Cochinchine, et ont envoyé des comptes rendus de ces expériences.

Laines. — Une étude sur les laines du Soudan a provoqué déjà quelques transactions.

Bien d'autres enquêtes, dans le détail desquelles il serait trop long d'entrer, ont porté sur le riz, la cire, le karité, les chapeaux de paille, la houille calédonienne, la ramie, les ressources minérales du Tonkin, le commerce des peaux, etc., etc...

Afin de faciliter ses recherches, l'Office a fait préparer des notes du modèle ci-après :

MINISTÈRE DES COLONIES	Renvoyer, sans affranchir, sous l'enveloppe ci-jointe	
OFFICE COLONIAL		
Galerie d'Orléans, Palais - Royal	Paris, le	190
Renseignements demandés		Réponse

Ces feuilles, accompagnées d'une enveloppe pour la réponse, sont envoyées sous circulaires. Les correspondants auxquels on les adresse répondent d'autant plus volontiers qu'on leur demande un dérangement plus réduit. Fréquemment, les maisons de commerce sont ainsi priées de faire savoir si elles sont en mesure de fournir certains articles.

Enfin, pour être renseigné sur les prix des produits coloniaux dans les grands centres commerciaux français et étrangers, l'Office a sollicité de plusieurs courtiers le service régulier de leurs inventaires ou prix courants. C'est ainsi qu'il reçoit aujourd'hui les documents ci-après :

Alleaume, Le Havre, *Cacaos*.

Société française des caoutchoucs, Le Havre, *Caoutchoucs*.

Smerling, Le Havre, *Produits divers*.

Félix Faucher, Bordeaux, *Caoutchoucs*.

Mercuriales de l'Afrique Occidentale Française.

— la Réunion.

Circulaire commerciale de la Chambre de Commerce de Pondichéry.

Bulletin de la Chambre de Commerce de Saïgon.

Czarnikow, Londres, *Sucre, Café, Cacao*.

Eggis et C ^o (Londres).	{	Produits du Brésil et de l'Amérique du Sud, de Madagascar et de Maurice, d'Australie et de Nouvelle-Zélande,
------------------------------------	---	--

Eggis et C ^o (Londres).	{	de l'Inde, du Cap de Bonne-Espérance, de la Chine et de Singapore,
		de l'Egypte, de la Perse et de l'Afrique du Nord,
		des Antilles et de l'Amérique du Sud.

Lewis et Peat, Londres, *Produits divers, nacres, écailles de tortues.*

William Porter, Liverpool, *Produits africains.*

Wite, Morgan, Piet and C^o, Liverpool, *Caoutchoucs.*

Leete, Son and C^o, Liverpool, *Produits divers et spécialement africains.*

Liverpool's general Brokers' Association, *Produits divers.*

Van der Heyde et Moltzer, Amsterdam, *Cornes et Os.*

Cours de produits coloniaux à Anvers (communiqués par le Consulat Général de France).

Cours de produits coloniaux à Rotterdam (communiqués par le Consulat Général de France).

Willaert, Anvers, *Ivoire.*

En vue de porter les renseignements qu'il recueille à la connaissance des principaux intéressés, l'Office édite un périodique, qui paraissait il y a quelques mois encore sous le titre : *Feuille de renseignements*, et qui est devenu, en changeant de format, le *Bulletin de l'Office colonial.*

Cette publication mensuelle est adressée aux principales Chambres de Commerce.

Parmi les multiples documents qu'on y a insérés depuis plusieurs années, on peut citer :

1901. — Rapport d'inspection sur : le commerce, l'industrie, les mines et l'élevage à la Guyane ; le commerce et l'industrie à la Guadeloupe ; la situation économique du Congo.

1902. — Enquête sur le commerce des tissus dans les colonies françaises ; Rapport d'inspection sur le service des Postes, Télégraphes et Téléphones de l'Indo-Chine ; Rapport étendu sur les ressources de la région de Xieng-Mai (Laos) ; renseignements sur l'industrie des parfums en Indo-Chine, sur la situation économique de la Guadeloupe.

1903. — Enquête sur l'apiculture et le commerce de la cire aux colonies ; renseignements sur le commerce des vins à Madagascar ; sur l'agriculture, l'élevage, l'industrie à la Réunion ; sur le commerce des fruits exotiques en Angleterre ; sur le traitement industriel des cafés, sur l'utilisation de certaines écorces comme matières tannantes.

1904. — Enquête sur les écorces de mangliers et de palétuviers comme matières tannantes ; notes sur les huiles de bois, sur les laques, sur le kapok ; renseignements sur le commerce du café, de la cire, de la gomme.

1905. — Rapports sur la situation économique de la Guadeloupe, du Sénégal, des établissements français d'Océanie ; notes sur le cocotier et ses dérivés, sur

l'acajou de la Côte-d'Ivoire, sur le commerce du caoutchouc ; un travail complet sur les conditions du commerce en Abyssinie.

1906. — Etudes sur le commerce du karité en Afrique Occidentale ; la culture de la ramie en Indo-Chine ; la production et le commerce de l'abaca aux Philippines.

1907. — Une série de rapports très étendus sur la situation économique de nos diverses possessions durant les années 1905 et 1906.

A côté du Bulletin, il convient de citer une petite publication d'une utilité pratique incontestable : la *Liste des Maisons de Commerce et Entreprises diverses établies aux Colonies*. On y relève, classées par colonie et dans l'ordre alphabétique, les raisons sociales des principales maisons, les adresses des succursales, et des renseignements sommaires sur l'objet de l'entreprise. Cet opuscule rend également service au commerce colonial, à qui il assure une certaine publicité, et aux négociants métropolitains, qui peuvent l'utiliser pour envoyer leurs demandes et leurs offres.

D'autres documents, établis par les soins de l'Office, ont pour objet de faciliter la vente des marchandises françaises dans nos possessions.

On a très souvent fait remarquer que la part des produits étrangers dans les importations de nos colonies était par trop considérable, que nos industriels n'étaient pas suffisamment favorisés, qu'il fallait les

armer contre la concurrence de leurs rivaux ; on a signalé en particulier le succès obtenu par les tissus de coton anglais et allemands.

La fâcheuse situation qui a motivé ces critiques s'est aujourd'hui modifiée dans un sens favorable aux intérêts nationaux, et le mérite en revient en partie à l'Office colonial.

Il résultait des renseignements que les administrations locales avaient communiqués au service que la principale cause de la mévente des tissus français aux colonies résidait dans le fait que nos industriels, sans doute par ignorance des besoins locaux, ne tenaient pas suffisamment compte des goûts de la population indigène.

Afin de mettre nos compatriotes en mesure de lutter avantageusement contre leurs adversaires, il convenait d'abord de placer sous leurs yeux les tissus-types qu'ils devaient s'efforcer d'imiter pour donner satisfaction à cette clientèle spéciale.

Dans cet ordre d'idées, la création des albums-références fut des plus heureuses. Elle eut lieu dans les circonstances suivantes (1) : En 1900, la Société Industrielle de Rouen, organisant une Exposition des Arts rétrospectifs appliqués à l'industrie, eut l'idée de faire figurer dans ses collections les tissus fabriqués et consommés aux colonies. Un délégué se mit en rapports avec l'Office qui, lui-même, chargea sans tarder son

(1) Office Colonial. Rapport du Directeur au Conseil d'administration, p. 27 et sqq.

agent commercial de donner satisfaction aux organisateurs. Quelques semaines après, l'Office adressait à la Société Industrielle de Rouen une série de tissus et de vêtements coloniaux. Tous ces échantillons étaient remis ensuite à la Société « La France colonisatrice » de Rouen, qui préparait une Exposition spéciale.

A la suite du succès obtenu par ces collections, l'Office fut encouragé à en préparer de nouvelles, plus complètes. Il venait précisément de recevoir de la Côte des Somalis, de Mayotte, de la Nouvelle-Calédonie, du Congo, du Dahomey et du Sénégal plusieurs séries. On fit, dès lors, confectionner des albums dans lesquels les échantillons furent soigneusement classés. Des notices, jointes aux différents spécimens, indiquent : le nom commercial du tissu, son nom vulgaire dans la colonie, son usage ; les dimensions et le poids de la pièce, la marque de fabrique, les prix de vente au détail et en gros, l'origine et la provenance, les modes de pliage et d'emballage, le fret et les droits de douane, les noms des principaux importateurs, les centres de consommation et les quantités approximatives vendues annuellement (1).

Plusieurs fois remaniés, les albums-références sont devenus des documents fort précieux pour l'industrie.

(1) Copie d'une fiche extraite d'un album d'échantillons de tissus vendus à la Côte française des Somalis.

Nom commercial : calicot blanc ; vulg. dans la colonie : *mahmoudi*.

Largeur : 0^m91.

Longueur de la pièce : 40 yards.

Ajoutons que l'agent commercial de l'Office est allé, il y a un an, organiser, à Rouen et à Lille, des Expositions spéciales de tissus vendus aux colonies.

Tandis que les albums-références n'intéressent qu'une partie de l'industrie nationale, le *Portefeuille commercial des Colonies françaises* facilite la vente, dans nos possessions, de tous les produits français. Il comprend, groupés en plusieurs volumes reliés, les catalogues d'un grand nombre de maisons, qui ont bien voulu verser une cotisation modique pour s'assurer le bénéfice d'une assez grande publicité. Les six volumes déjà parus contiennent 450 catalogues environ.

L'Office a confié l'édition du *Portefeuille* à un concessionnaire qui prend à sa charge les frais résultant de

Poids au mètre : 0 kg. 107.

Poids de la pièce : 3 kg. 900.

Origine : anglais.

Prix de vente en gros : de 11 fr. 50 à 14 fr. 50 la pièce.

Prix de vente au détail : 0 fr. 45 le mètre.

Prix de revient : de 10 à 12 francs la pièce.

Emballage : en caisses de 50 pièces ou en balles.

Consommation annuelle approximative : de 4.000 à 5.000 pièces.

Centre d'approvisionnement : Angleterre.

Centre de consommation : l'Ethiopie et la Côte des Somalis.

Pliage : par yard et en quatre.

Droits : franchise.

Fret : 45 francs la tonne.

Provenance et date des renseignements : M. Ghaleb et Cie.

Observations : La consommation annuelle des tissus blanchis unis peut s'élever à 300.000 francs (colonie et région abyssine contiguë).

l'impression, de la reliure et de l'emballage des volumes, et qui reçoit, par contre, les souscriptions des intéressés. Les volumes sont remis ensuite à l'Administration, qui les fait parvenir dans nos colonies en quantités correspondantes à l'importance des débouchés locaux. Ils sont distribués aux Chambres de Commerce et d'Agriculture. En utilisant leurs tables récapitulatives, dans lesquelles les produits sont méthodiquement classés, on peut les consulter facilement.

Plusieurs des Assemblées, auxquelles l'ouvrage est parvenu, ont exprimé leur entière satisfaction. « Ce « recueil, des plus intéressants, dit la Chambre de « Commerce de Saïgon, est appelé à rendre de grands « services aux personnes fixées dans la colonie, qui, « grâce à lui, se rendront compte d'une façon rapide « et pratique des conditions dans lesquelles elles peuvent se procurer tel ou tel article manquant sur la « place (1). » La Chambre de Commerce du Tonkin a exprimé la même idée dans une lettre chaleureuse de remerciements.

En résumé, l'Office possède, dès à présent, un service commercial bien agencé et bien dirigé, qui dispose d'excellents instruments de documentation et de propagande, et à qui il ne faudrait qu'un peu d'argent pour parfaire son œuvre, si intéressante et si utile.

(1) Office colonial. Rapport du Directeur au Conseil d'administration. Exercice 1905.

Musée Commercial des Colonies françaises

Le Musée Commercial a été constitué en grande partie à l'aide des collections provenant de l'ancienne Exposition Permanente des Colonies françaises. A la suite de la démolition du Palais de l'Industrie, ces collections avaient été déposées dans les locaux de la Chambre de Commerce de Paris, à la Douane, au Musée Guimet et au Trocadéro. Elles sont restées inutilisées jusqu'en 1902, époque à laquelle l'Office Colonial a pris possession, dans la Galerie d'Orléans, de nouveaux locaux, qui ont permis d'aménager de suite une salle de 29 mètres de long sur 5^m 50 de large.

Dans son rapport sur l'exercice 1902, M. Auricoste définit ainsi le but du nouveau service : « Le Musée « doit être un cours permanent de colonisation, une « leçon de choses coloniales, continue, incessante et « intéressante. Au cours de l'organisation de notre « Exposition, le côté attractif ne sera pas négligé ; on « verra là, à côté des ustensiles dont font quoditienne- « ment usage les indigènes de la plupart de nos pos- « sessions d'outre-mer, les costumes qu'ils portent et les « étoffes mêmes dont sont faits ces vêtements. Les com- « merçants y trouveront toujours de précieux et nou- « veaux documents, et les curieux eux-mêmes pour- « ront s'y distraire au côté pittoresque.

« Nous nous efforcerons de nous tenir au courant des « découvertes officielles ou non, relatives à l'utilisation « des produits coloniaux et, d'accord avec le Jardin

« Colonial, à l'introduction de nouvelles cultures dans
 « des régions où elles n'étaient pas encore implantées. Il
 « est nécessaire, en effet, qu'un Musée Colonial réponde
 « à trois conditions : 1° qu'il offre une attraction pour
 « les simples curieux ; 2° qu'il assure au savant la
 « commodité des recherches ; 3° qu'il fournisse au
 « commerçant, à l'industriel et au colon les renseigne-
 « ments qui concernent la mise en valeur des richesses
 « coloniales. »

En réalité, le côté attractif semble avoir été un peu négligé, faute de crédits. C'est ainsi qu'on avait tout d'abord songé à garnir les salles avec des meubles faits entièrement de bois provenant des colonies. Mais, en raison de l'élévation des frais de transport et de main-d'œuvre (les essences coloniales sont difficiles à travailler), on a dû renoncer à cette idée, pourtant fort intéressante.

D'autre part, l'exiguité des locaux n'a pas permis d'utiliser tous les documents dont on disposait. Une partie des collections fut abandonnée au Musée de Philadelphie, en échange de la collaboration que M. Niederlein, chef du service scientifique de cet établissement, a bien voulu prêter à l'Office, en vue de l'inventaire et du classement des échantillons.

Le Musée de la Galerie d'Orléans renferme surtout des spécimens de produits commerciaux, répartis en quatorze grandes divisions, qui comprennent plusieurs milliers de types.

Un cartouche indique pour chaque vitrine la division

à laquelle elle correspond ; à l'intérieur des vitrines, les produits sont séries par colonie, et classés eux-mêmes alphabétiquement par noms scientifiques. On a pensé que ce mode de procéder donnerait satisfaction à la fois aux savants, aux négociants et aux curieux.

Le Conservateur possède dans ses archives plus de 2.000 dossiers sur les diverses espèces de plantes utiles de nos colonies, et un répertoire de 80.000 fiches de noms vulgaires avec concordance des noms scientifiques.

Les collections ont été renouvelées et augmentées au cours de ces dernières années grâce à des dons nombreux et à la répartition des produits provenant des expéditions.

Le Musée reçoit annuellement plusieurs centaines de demandes de renseignements écrites ou verbales. Pour faciliter toutes recherches, l'Office a commencé dans la « Feuille de Renseignements » et continue dans son « Bulletin » un guide sommaire, contenant des notes sur les propriétés, usages et emplois des produits exposés.

Service des Expositions et Transports

Ce service, qui ne fonctionne que depuis trois ans, a été créé dans le but :

1° De préparer la participation de l'Office aux différentes expositions où il paraît utile à l'Institution d'être représentée ;

2° D'organiser des expositions spéciales des produits coloniaux d'importation et d'exportation et d'une ma-

nière générale de tous documents concernant nos possessions ;

3° De centraliser toutes les informations relatives aux moyens de transport entre la France et ses colonies, et aux voies de communication à l'intérieur de nos pays d'outre-mer.

Accessoirement, la Section prépare des conférences destinées à tenir le public au courant des principales questions coloniales d'actualité.

Participation de l'Office aux Expositions. — L'Office a figuré aux Expositions de Buffalo, d'Ostende et de Rouen en 1901, de Hanoï en 1902, de Reims et de Saint-Pétersbourg en 1903, de Saint-Louis, d'Arras en 1904, de Liège et de Paris (Grand Palais) en 1905, de Marseille en 1906, de Bordeaux en 1907, de Saragosse et de Londres en 1908.

Il a en outre organisé, dans ses locaux, un assez grand nombre d'expositions temporaires :

1900. — Exposition des cafés.

1901. — Exposition de tissus.

1902. — Exposition artistique (peinture et sculpture).

1903. — Exposition des produits de Madagascar.

1904. — Exposition de cartes et documents géographiques.

1906. — Exposition des minerais et minéraux utiles à l'industrie.

1907. — Exposition de tissus employés par les indigènes, d'effets d'habillement et de campement, et d'hygiène coloniale.

1908. — Exposition de géographie coloniale.

Les deux dernières de ces manifestations ont eu comme cadre la galerie d'Orléans elle-même, transformée pour quatre semaines en un vaste hall fermé aux extrémités par des tentures.

Renseignements sur les moyens de transport. — Le public de la métropole peut se procurer assez facilement lui-même toutes les indications relatives à l'arrivée et au départ des paquebots ainsi qu'aux tarifs des différentes compagnies de navigation. Encore a-t-il intérêt souvent à s'adresser directement, pour les obtenir, à l'Office qui se tient au courant de toutes les modifications survenues dans les services postaux.

Mais c'étaient surtout les renseignements se rapportant aux moyens de transport utilisés dans l'intérieur de nos colonies qu'il devenait utile de centraliser. C'était même chose indispensable étant donné qu'il y a actuellement dans nos possessions plusieurs chemins de fer en construction, qu'on ouvre à l'exploitation au fur et à mesure de l'avancement des travaux.

La section centralise toutes ces informations.

Organisation des conférences. — Pendant son exposition d'hygiène en 1907, l'Office avait organisé quelques promenades-conférences. L'accueil que fit le public à ces causeries suggéra l'idée de préparer pour l'hiver 1907-1908, toute une série de conférences avec projections, qui constitueraient pour leurs auditeurs une leçon de choses où, selon la bonne formule, l'utile se mêlerait à l'agréable.

Ces réunions, annoncées par voie d'affiches, ont attiré beaucoup de monde. C'est là une preuve que le public français s'intéresse aux choses coloniales et qu'une propagande habilement faite en faveur de nos pays lointains portera toujours ses fruits.

Service de la statistique

Le service de la statistique complète l'ensemble des sections précédentes en permettant à l'Institution d'appuyer, sur des chiffres officiels les indications qu'elle fournit.

On conçoit qu'à la rigueur chaque section aurait pu recueillir elle-même les renseignements statistiques se rapportant aux questions qu'elle traite. Mais il a paru préférable, dans le but de simplifier la marche du service, de confier à un seul agent le soin de centraliser et de publier ces informations.

Les statistiques du commerce furent éditées les premières ; c'étaient en somme les plus faciles à obtenir grâce au contrôle permanent des douanes ; du reste, les administrations locales avaient coutume de les envoyer au Département en vertu d'instructions déjà anciennes.

Elles paraissent annuellement :

1° Dans un volume d'ensemble ;

2° En fascicules séparés pour chacune de nos possessions.

La première partie de chaque volume est consacrée aux importations, la seconde aux exportations. Les produits sont classés conformément à l'ordre adopté dans

la nomenclature des douanes ; les échanges auxquels ils donnent lieu sont appréciés en quantités et en valeur.

Les subdivisions indiquent :

1° Pour les importations : les différents pays de provenance (France, colonies françaises, pays étrangers, colonies étrangères) ;

2° Pour les exportations : les pays de destination (mêmes indications de détail) avec mention distincte des quantités originaires de la colonie et de celles qui sont simplement réexportées.

En outre, des tableaux spéciaux présentent pour les chiffres d'ensemble des moyennes quinquennales ; d'autres permettent de comparer, en fin de chaque chapitre, les derniers chiffres publiés avec ceux de l'année précédente.

Il convient enfin de signaler tout particulièrement les rapports établis par les administrations locales et placés en tête des statistiques du commerce. Ces quelques pages donnent au lecteur un aperçu d'ensemble intéressant du mouvement commercial de chaque colonie. Elles suppléent d'heureuse manière à l'aridité des chiffres, expliquent les principales variations survenues d'une année à l'autre ; elles sont, en un mot, le commentaire presque indispensable des tableaux qui les suivent.

Indépendamment des statistiques annuelles, l'Office a décidé de faire éditer tous les cinq ans des statistiques décennales qui mettront en lumière les progrès accomplis. Un volume concernant les exportations pendant la période 1895-1905 a déjà paru.

Celui des importations sera prochainement publié.

Les statistiques de la navigation figurent au premier rang des documents qui permettent de renseigner la métropole sur la situation économique des colonies.

Dans l'établissement des chiffres relatifs au mouvement des ports on distingue entre les pays de provenance et les pays de destination ; on indique la nationalité des navires, leur tonnage, celui des marchandises embarquées ou débarquées. Les statistiques de la navigation sont accompagnées de rapports d'ensemble.

En 1906, les statistiques de l'industrie minière ont été données pour la première fois à l'impression.

La même année, l'Office a publié les statistiques des finances. A plusieurs reprises, l'attention du Ministre avait été appelée sur l'insuffisance des renseignements mis à la disposition du public de la métropole en ce qui concernait les budgets locaux des colonies. Il sera désormais facile de connaître d'une façon précise les ressources de nos gouvernements coloniaux et leurs dépenses. Des tableaux spéciaux présentent les variations survenues dans les chiffres totaux pendant les dix dernières années.

De plus, des statistiques financières décennales (1895-1904), éditées il y a quelques mois, permettent de suivre année par année les modifications de détail. On peut juger par elles de l'importance croissante des services publics, du rendement des impôts, etc.

L'Office possède enfin dans ses archives et tient à la disposition des personnes qui désirent les consulter, les

statistiques de la Colonisation, des Chemins de fer, de l'Instruction publique et de la Justice.

Ces documents contiennent une foule de renseignements très précieux pour quiconque désire se rendre un compte exact de la vitalité de nos possessions.

Bibliothèque

La Bibliothèque de l'Office colonial a commencé, comme le Musée commercial, par réunir les collections provenant de l'ancienne Exposition permanente des colonies. Grâce à des arrangements avec les éditeurs, à des achats de livres nouveaux, à l'échange de la « Feuille de Renseignements » (actuellement « Bulletin ») avec les périodiques français et étrangers, à l'envoi régulier des documents officiels, l'importance du service s'est sensiblement accrue en quelques années.

Voici, du reste, les chiffres indiqués par un inventaire assez récent :

1° Ouvrages de fonds :

Volumes.....	3.299
Brochures.....	2.605
Total.....	5.904

2° Périodiques :

Revue, bulletins, journaux (en comptant pour un volume une collection annuelle).....	7.417
Soit ensemble.....	13.321

3° Cartes géographiques :

(Trente-six atlas rangés parmi les ouvrages de fonds.)

Cartes marines..... 384

Cartes terrestres..... 948

Total..... 1.332
4° Photographies :

Colonies d'Afrique, 12 albums, 24 cartons.

Colonies d'Amérique, 3 albums, 19 cartons.

Colonies d'Asie, 9 albums, 24 cartons.

Colonies d'Océanie, 7 albums, 9 cartons.

Soit 31 albums et 56 cartons renfermant ensemble :

Photographies ou dessins..... 3.612

Plus les vues de la mission Binger.... 677

Et des photographies détachées..... 466

Total..... 4.755

Il faut enfin mentionner les albums Rouillet contenant une cinquantaine d'aquarelles.

Ajoutons à cet inventaire quelques notes rapides sur les différentes sortes de documents qui y figurent :

1° Les publications officielles françaises comprennent principalement : les journaux et les bulletins officiels, les bulletins économiques, les situations d'ensemble des colonies, les budgets, les rapports des missions, les monographies d'expositions, les documents publiés par les Chambres de commerce et d'agriculture.

2° Une grande partie des ouvrages particuliers traitant de questions coloniales qui ont paru depuis la création de l'Office ont été envoyés par les auteurs ou par les éditeurs à la Bibliothèque. C'est ainsi qu'en 1907, les collections se sont augmentées de 361 volumes ou brochures dont 65 seulement provenaient d'achats.

Dans ce nombre ne sont pas compris les périodiques non officiels de France et des Colonies.

3° Publications étrangères. La plupart des pays font à l'Office un service assez régulier de leurs publications coloniales officielles. Une salle spéciale leur est réservée, dans laquelle l'Angleterre occupe la plus grande place ; l'Allemagne, l'Italie, l'Amérique, le Portugal, la Hollande et même le Japon contribuent à augmenter un ensemble de documents qui présentent au point de vue des études de législation et d'économie coloniales comparées un très vif intérêt.

4° Cartes et photographies. — On trouvera les 1.400 cartes coloniales placées suivant une division géographique sur des sellettes mobiles. Elles sont de plus numérotées et portées sur un catalogue-inventaire, ce qui facilite les recherches.

Les 8.000 photographies sont également cotées et cataloguées par colonie.

Ce n'est certes pas un des moindres mérites de l'Office d'avoir réuni et classé un aussi grand nombre de documents concernant les colonies françaises et étrangères.

L'inventaire des ouvrages une fois terminé, le bibliothécaire a pu achever le catalogue alphabétique dressé

sur fiches. Ce premier travail a permis d'établir le catalogue méthodique par colonie et par matière, précieux instrument de recherches qui trop longtemps avait fait défaut.

La Bibliothèque a été fréquentée en 1907 par près de 5.000 lecteurs. M. Auricoste signale « qu'à côté des lecteurs qui, en grande majorité se sont confinés dans l'étude de questions purement commerciales, industrielles ou agricoles, quelques centaines d'autres se sont occupés de questions, qui, pour être d'un autre ordre, se rattachent néanmoins très étroitement aux colonies. Etudiants, professeurs, publicistes, sociologues, artistes même sont venus consulter tout ce que renferme la bibliothèque sur l'ethnographie, l'archéologie, la linguistique, les institutions indigènes, etc., de nos possessions. Pour eux la Bibliothèque de l'*Office Colonial* est restée ce qu'elle était dans le passé, une bibliothèque essentiellement coloniale, la seule publique et officielle existant en France » (1).

Bureau de vente. — Le public peut se procurer, en s'adressant au Bureau de vente annexé à l'Office : 1° les publications éditées par les administrations locales et par le service lui-même (statistiques, notices, liste des maisons de commerce, rapports d'ensemble, bulletin) ; 2° la plupart des ouvrages particuliers relatifs aux questions coloniales.

(1) Office colonial. Rapport du Directeur au Conseil d'administration. Exercice 1907, page 38.

Il était bon de centraliser à la disposition des personnes qui s'intéressent à nos possessions les documents dont elles peuvent avoir besoin.

L'Office Colonial et les Chambres de Commerce

Pour terminer l'exposé de l'organisation et du fonctionnement de l'Office colonial, il nous paraît utile de rappeler une tentative faite, il y a quelques années, en vue de permettre à l'institution de se ramifier en province.

En 1904, M. Hervet, alors secrétaire de la Chambre de Commerce de Bourges, exposait à cette Compagnie un système qui, selon lui, présentait l'avantage d'assurer, sans frais, l'extension de la propagande coloniale dans les départements.

Ce système consistait à faire des principales Chambres de Commerce des succursales de l'Office. Dans chacune de ces assemblées, un délégué serait désigné pour être chargé de se tenir en rapports constants avec le service central. C'est à lui que seraient envoyés régulièrement les renseignements recueillis par l'Office, les offres d'emplois, etc...

Les propositions formulées par M. Hervet reçurent un commencement d'exécution. L'Office Colonial, en effet, s'empressa d'adresser aux différentes Chambres de Commerce une circulaire relative à la proposition dont il avait été saisi. Un certain nombre de délégués furent nommés.

Dans la pratique, cette organisation n'a pas donné de

résultats très appréciables. Il aurait fallu, sans doute, pour qu'elle pût porter ses fruits, que toute Chambre adhérente consacraît quelques ressources à l'installation d'un service de renseignements bien outillé, capable de donner une grande publicité à ses informations.

A la vérité, c'est encore aujourd'hui le point faible de l'Office Colonial que sa pauvreté. Tout le monde, écrit M. Saint-Germain, le reconnaît et le déplore (1). Après déduction du prix du loyer de la Galerie d'Orléans, il ne reste guère plus d'une soixantaine de mille francs à l'institution pour payer son personnel et faire de la propagande.

Aussi l'Office, qui est très reconnaissant déjà aux Chambres de Commerce de l'appui moral qu'elles lui donnent, leur devrait-il davantage encore si ces Compagnies, dont plusieurs sont fort riches, mesureraient moins parcimonieusement leurs subventions.

L'Office Colonial doit travailler sans relâche pour les Chambres de Commerce, mais il est juste qu'en retour ces dernières lui assurent un appui efficace.

(1) *Questions diplomatiques et coloniales*, 16 juin 1905, p. 762.

CHAPITRE II

Le Jardin colonial (1).

SOMMAIRE. — Création, organisation et fonctionnement. — Vulgarisation des renseignements concernant l'agriculture des pays chauds. — L'exposition des produits agricoles des colonies. — L'enseignement technique donné aux futurs émigrants : Ecole nationale d'agriculture coloniale.

Création.

Les questions d'agriculture coloniale intéressent, au premier chef, les services de renseignements coloniaux, et l'Office du Ministère des Colonies aurait dû, semble-t-il, doubler son bureau de la colonisation d'un laboratoire d'analyses, comme il a annexé à sa section commerciale un musée d'échantillons.

Cependant, au moment même où l'Office Colonial

(1) Consulter : L'agriculture des pays chauds, *Bulletin du Jardin colonial et des jardins d'essais coloniaux*. — *Notice sur les services du Ministère des Colonies*, publiée à l'occasion de l'Exposition de 1900.

était fondé, il a paru bon de confier l'étude technique des cultures tropicales à une institution spéciale : le Jardin Colonial de Nogent-sur-Marne.

On avait signalé souvent la nonchalance avec laquelle les indigènes cultivent le sol sur lequel ils vivent ; se bornant à demander à la terre une maigre pitance quotidienne, les populations africaines, en particulier, ne se livraient guère qu'à quelques cultures vivrières, négligeant les ressources, souvent considérables, d'une nature riche.

Or, les travaux agricoles sont certainement ceux qui conviennent le mieux à ces populations. L'un des moyens les plus pratiques d'accroître rapidement les revenus de nos possessions des pays chauds, où l'Européen ne peut lui-même entreprendre aucun travail pénible, c'est certainement d'encourager les indigènes à développer les productions trop longtemps négligées.

Que de cultures industrielles (arachides, caoutchouc, amandes de palme, coton, etc.), sont susceptibles d'enrichir rapidement les régions où elles sont entreprises ; elles accroissent ainsi les facultés d'achat de ces régions et leur extension marque le point de départ d'une ère commerciale brillante.

De telles considérations faisaient ressortir la nécessité de créer des jardins d'essai coloniaux, qui auraient mission d'étudier les ressources agricoles de nos possessions, et dont les résultats seraient centralisés par un établissement métropolitain analogue aux jardins de Londres, de Bruxelles et de Berlin.

Par arrêté du 24 octobre 1898, le Ministre des Colonies confia à une commission spéciale le soin d'étudier la question.

Selon le plan élaboré par cette commission, le jardin colonial « devait être le centre d'un vaste organisme « comprenant tous les établissements analogues ins- « titués aux colonies. Il serait chargé de les conseiller, « de les guider dans leurs travaux, de tenir à leur dispo- « sition des boutures, semis ou graines dont ils pour- « raient avoir besoin, de centraliser et de transmettre « les renseignements nécessaires à l'amélioration des « vieilles cultures coloniales et au développement des « nouvelles, et de nouer enfin des relations suivies avec « les établissements similaires de l'étranger ».

Le 28 janvier 1899 parut le Décret portant création, sous le nom Jardin Colonial, « d'un service ayant pour « objet de fournir aux jardins d'essais des possessions « françaises les produit cultureux dont ils pourraient « avoir besoin, ainsi que de réunir les renseignements « les intéressant. »

Organisation

Le Jardin Colonial de Nogent-sur-Marne est pourvu d'un Conseil d'Administration et d'un Conseil de Perfectionnement (Arrêtés des 29 et 30 janvier 1899), qui

(1) Notice sur les services du Ministère des Colonies publiée à l'occasion de l'Exposition de 1900.

ont reçu les mêmes attributions que ceux de l'Office Colonial.

Quant à l'organisation intérieure, elle est prévue par le Décret du 5 mai 1900, qui divise les attributions de l'établissement en trois services : service des renseignements, service des laboratoires, service des cultures.

L'Arrêté du 7 mai 1900 précise les attributions respectives de chacun de ces services et les définit ainsi, dans son article 2 :

Le service des renseignements comprend la centralisation des renseignements concernant les cultures, les productions et les industries agricoles et leurs applications ; études des questions d'élevage (apiculture, sériciculture, pisciculture) ; études des questions forestières ; relations avec les jardins d'essais des colonies françaises ; relations avec les services botaniques et agricoles de l'étranger ; relations avec l'Office Colonial et les Chambres d'agriculture ; *renseignements fournis au public*.

Le service des laboratoires comprend l'étude des produits coloniaux ; détermination de leur valeur et de leurs emplois commerciaux et industriels ; analyses des matières premières ; études des falsifications des denrées et produits coloniaux ; détermination et essais de semences ; analyses des terres et engrais ; études des maladies des plantes.

Le service des cultures comprend l'introduction et la propagation des espèces ayant des applications agricoles, commerciales et industrielles ; introduction et

dissémination des espèces nouvelles ; production des variétés nouvelles ; envois des plantes et semences dans les colonies ; culture des végétaux utiles des colonies comme spécimens d'étude ; instructions données au personnel agricole destiné aux colonies.

Dans la pratique, cette organisation a été légèrement modifiée. Le directeur du Jardin Colonial indique, en effet, dans son Rapport au Ministre pour l'exercice 1902, qu'à côté du service des renseignements fonctionnent :

1° Un service des cultures auquel incombe la recherche, la propagation et l'expédition, dans nos colonies, de tous les végétaux utiles ;

2° Un service botanique chargé de la réception, du classement, de la détermination des plantes et des matières qu'elles fournissent ;

3° Un service chimique, qui analyse la valeur agricole ou industrielle des matières premières produites par les cueillettes et la culture ;

4° Un service entomologique, dont le rôle consiste à déterminer les espèces qui s'attaquent aux végétaux utiles et à étudier les moyens de les détruire.

Le fonctionnement normal de ces différentes sections a mis le Jardin de Nogent en mesure de recueillir rapidement une grande quantité d'indications et plusieurs milliers de spécimens. Ces collections ont permis de compléter, comme à l'Office, le bureau de renseignements par une Exposition permanente.

Le Jardin ne se borne pas à répondre individuellement à ses correspondants.

Dans le but de propager l'enseignement qui se dégage des multiples enquêtes entreprises par ses soins, il publie un périodique : *L'Agriculture des pays chauds* (Bulletin du Jardin Colonial et des Jardins d'essais des Colonies françaises) (1).

Il a paru, dans ce Recueil, depuis une huitaine d'années, grâce à la collaboration des services locaux d'agriculture, des professeurs, des fonctionnaires, des particuliers, au courant des questions d'agriculture coloniale, plusieurs séries d'articles, d'études, de rapports, dans lesquels le futur émigrant peut trouver de précieuses informations.

On jugera de la diversité des matières traitées en parcourant cette simple énumération de quelques titres : La ramie, le caoutchouc au Soudan, le coton en Egypte, le coton en Afrique Occidentale française, la question cotonnière, la valeur et la culture du coton, les cultures fruitières et potagères au Jardin de Conakry, la flore du Congo, la production du café à Madagascar, le riz, le ricin, le quinquina, les plantes à latex, la banane aux Canaries, les légumes et les fruits à Madagascar, les pailles et fibres diverses, le transport des bois dans les forêts coloniales, l'élevage dans la Nouvelle-Calédonie, le bétail en Afrique Occidentale française, l'élevage à Madagascar, le cacao au Congo, la sériciculture à Madagascar, le caoutchouc, le rafia, le sorgho, la culture pratique du caféier et du cacaoyer, textiles et sparterie,

(1) Arrêté ministériel du 12 septembre 1900.

le manioc, le jute, les matières tannantes, l'arachide, le cocotier, les fruits exotiques, etc...

Le Jardin de Nogent a complété son œuvre de propagande en faisant préparer à l'usage des instituteurs des boîtes scolaires qui contiennent des spécimens des principaux produits coloniaux.

Il faut de plus mentionner sa participation aux diverses Expositions que nous avons précédemment énumérées.

Le Jardin a lui-même organisé, dans le courant de l'année 1907, une Exposition, qui a permis au public de connaître l'institution et d'apprécier les services qu'il peut en attendre. Enfin, le Jardin possède, depuis 1902, une école nationale d'Agriculture coloniale, dont les cours sont ouverts tant aux futurs agents des services locaux d'agriculture qu'aux jeunes gens désireux de fonder une exploitation agricole aux colonies.

Dans son Rapport au Président de la République précédant le Décret qui institue cette école, le Ministre des Colonies s'exprimait de la manière suivante : « Si
« en France l'organisation de l'enseignement agricole
« a eu l'influence la plus heureuse sur les progrès réa-
« lisés par la culture, il est permis d'espérer que les
« effets d'un semblable enseignement auront des résul-
« tats encore plus marqués sur la prospérité de nos
« colonies ; car, tandis que notre vieille agriculture
« métropolitaine s'appuyait sur tout un passé de tra-
« dition et de pratique, l'agriculture coloniale, au con-
« traire, est une science neuve. Il importe que les

« jeunes gens qui veulent porter dans nos colonies leurs
« capitaux, possèdent toutes les connaissances tech-
« niques nécessaires pour leur permettre de réussir. »

On reproche souvent au Jardin Colonial d'être un peu trop éloigné, ce qui, très certainement, est un grave défaut pour une institution appelée à donner des renseignements au public.

L'établissement gagnerait beaucoup à être d'un accès facile. Quoi qu'il en soit, l'utilité des services qu'il assure ne fait pas de doute.

SECTION II

Institutions destinées à faciliter le développement économique de l'Algérie et de la Tunisie.

Les Offices de l'Algérie et de la Tunisie constituent incontestablement des organismes différents de l'Office Colonial. Cette différence tient, non pas au but qu'ils poursuivent, mais aux moyens qu'ils sont amenés à employer pour l'atteindre.

Nous avons eu antérieurement l'occasion de remarquer que le problème de la mise en valeur se pose, pour les colonies de peuplement, de toute autre manière que pour les colonies d'exploitation.

Rappelons brièvement les caractères distinctifs de nos possessions de l'Afrique du Nord : elles sont peuplées de plus de 800.000 Européens, qui s'y sont acclimatés facilement et qui peuvent s'y livrer sans danger aux travaux manuels ; les produits du sol y sont analogues à ceux de la métropole. Aussi n'est-il point besoin de faire dans ces pays de longs essais sur des cultures nouvelles et sur leur utilisation industrielle. L'essentiel est d'y attirer le plus grand nombre possible

d'émigrants laborieux et d'assurer aux colons la vente à bon prix de leurs récoltes en leur facilitant l'accès des marchés extérieurs.

Ceci est particulièrement vrai de l'Algérie, où la petite colonisation est, à l'heure actuelle, plus facile à encourager qu'en Tunisie.

L'étude du fonctionnement des Offices algériens et tunisiens fera, du reste, ressortir le rôle particulier de chacun de ces établissements.

CHAPITRE PREMIER

Office de l'Algérie (1)

SOMMAIRE. — Création. — Organisation et fonctionnement des services. — Colonisation : propagande par le livre scolaire, les conférences, l'affiche-programme et le livret de colonisation ; l'instruction des demandes de concessions. — Commerce : constitution de dossiers ; enquêtes économiques ; collaboration des agents diplomatiques et consulaires et des Chambres de commerce françaises à l'étranger ; dépôts d'échantillons à Londres et à Genève, et agences de placement en Allemagne ; la vente des vins français en Angleterre (traité avec la maison Leakey). — La propagande du *Bulletin de l'Office de l'Algérie*. — Organisation de la section algérienne aux grandes expositions.

Création.

En 1892, M. Burdeau, rapporteur du Budget de l'Algérie, s'était étonné qu'il n'existât point dans la métropole un service de renseignements chargé de publier des

(1) A consulter : *Exposés de la situation générale de l'Algérie* (un volume par année) de 1900 à 1907. Rapports annuels du Directeur de l'Office de l'Algérie (anciennement Service des renseignements généraux et de la colonisation), Alger, Heintz.

notices, où se trouveraient exposés : « les avantages et les conditions d'un établissement en Algérie, avec précision, avec détail, avec vérité », et où l'on pourrait apprendre rapidement « ce qu'a besoin de savoir le futur colon pour organiser son départ et pour faire ses débuts sur la terre algérienne ».

Ces justes critiques provoquèrent le vote d'un crédit de 50.000 francs qui, bien que modique, permit à M. le gouverneur général Cambon de créer, à Paris, par arrêté du 31 août 1892, un « Service des renseignements généraux et de la publicité, dans le but de développer la colonisation de l'Algérie par des éléments français ».

Ainsi, la première préoccupation des fondateurs de l'Office algérien fut de hâter le peuplement de la colonie.

Bientôt, du reste, se manifesta le désir d'utiliser la nouvelle organisation pour développer le commerce extérieur de l'Algérie.

L'Arrêté du 1^{er} septembre 1894 qualifie l'institution « Service des Renseignements généraux et des Expositions », et s'il prévoit que ce service instruit les demandes de concessions de terres, il le charge également :

1° De tenir à la disposition du public de la métropole tous les documents et informations, statistiques et économiques, concernant l'Algérie ;

2° De réunir toutes les informations de nature à développer la vente des produits algériens au dehors ;

3° De constituer, à son siège, à Paris, et dans les villes qui possèdent des musées commerciaux, des collections

des produits de l'Algérie, et des produits de l'Etranger actuellement importés en Algérie et qui pourraient être demandés à l'industrie métropolitaine ;

4° D'assurer l'organisation sur place de la Section algérienne dans les expositions métropolitaines ou étrangères.

Un Arrêté, du 2 janvier 1902, a donné à l'Office sa constitution et son titre définitifs.

Les attributions essentielles de l'institution peuvent se répartir en trois services : Colonisation, Commerce extérieur, Expositions.

Colonisation.

Le service de la Colonisation a pour but d'assurer le peuplement de l'Algérie par des colons français ayant la pratique des travaux des champs, les ressources, l'énergie et la santé nécessaires pour fonder, avec des chances de succès, une entreprise agricole.

Jamais le Gouvernement général n'a manqué de demandeurs pour les terres disponibles, mais, ainsi que le faisait remarquer M. Cruchon-Dupeyrat, directeur de l'Office, dans son Rapport sur l'exercice 1903, il n'a pas toujours pu exercer entre les postulants « un choix suffisamment large. Trop de candidats ne réunissent que le strict minimum des qualités requises. Cela tient à ce que, presque seuls songent à l'Algérie ceux que pousse

une nécessité pressante et qui n'ont pas le moyen de fonder un établissement dans la métropole » (1).

Pour atteindre le but qu'il se proposait, le Service a organisé une ingénieuse propagande destinée à faire connaître les avantages offerts aux émigrants.

L'Office songea tout d'abord à insérer de courtes notes « dans les almanachs qu'on lit et relit, les soirs d'hiver, au coin du feu, dans nos campagnes » (2).

Une note, publiée dans l'almanach Hachette, en 1901, avait attiré un assez grand nombre de demandes de renseignements. En 1903, des indications succinctes sur la colonisation en Algérie parurent dans 57 almanachs, tirés à plus d'un million d'exemplaires. Malheureusement, ce procédé de propagande n'a pas donné tous les résultats qu'on en attendait, et il a été bientôt abandonné.

En associant à son œuvre le personnel enseignant, l'Office a été plus heureusement inspiré. C'est, en effet, principalement parmi les jeunes générations que doivent se recruter les émigrants. « Les familles françaises en possession d'un établissement prospère, écrivait, en 1901, M. Cruchon-Dupeyrat, ne songeront jamais à l'abandonner pour aller au loin essayer d'en créer un plus important ; il y aurait même une imprudence grave à les inciter à abandonner le certain pour l'incertain et

(1) *Exposé de la situation générale de l'Algérie pour l'année 1903*, Alger, Heintz, 1904, page 297.

(2) *Loc. cit.*

à courir l'aléa d'un nouveau début... Chez les cultivateurs métropolitains possédant des ressources certaines, la seule idée qu'on puisse raisonnablement espérer faire naître au point de vue de la colonisation en Algérie est celle d'aider un de leurs enfants, lors de son mariage, à s'établir dans la colonie (1). »

La propagande à l'école s'est effectuée de deux façons : 1° au moyen d'insertions appropriées dans les livres de lecture ; 2° par des séries de conférences et de causeries.

Dans un ouvrage édité par la maison Colin, et destiné aux écoles primaires, une note expose comment on devient propriétaire en Algérie. M. P. Foncin, inspecteur général de l'Instruction publique, consacre dans ses *Lectures géographiques* un chapitre à l'histoire d'un village algérien. M. Josset, professeur au lycée Voltaire, au cours de son livre : *A travers les Colonies*, écrit à l'usage des écoliers, dit sur l'histoire, la géographie, la colonisation de l'Algérie tout ce qui peut frapper les jeunes intelligences. Un épilogue nous montre un colon racontant à ses deux frères, établis dans la métropole, le résultat de ses grands travaux et ses espérances, et décrivant ce que devient une concession entre les mains d'une famille laborieuse.

Pour qui se rappelle l'influence qu'ont sur les esprits des petits les premières lectures, pour qui se remémore les impressions ineffaçables que nous laissèrent les

(1) *Situation générale de l'Algérie*, 1901, p. 298.

récits dont on a bercé notre enfance ou distrait notre adolescence, l'utilité de la propagande par le livre scolaire apparaît évidente.

Les conférences exercent leur action non plus seulement parmi la jeunesse des écoles, mais encore dans les cours d'adultes, dans les casernes, c'est-à-dire dans les milieux susceptibles d'alimenter, à bref délai, le courant de l'émigration.

Afin d'encourager les conférenciers (instituteurs, professeurs, officiers), l'Office a fait préparer les canevas de plusieurs causeries, auxquels sont joints des clichés photographiques et des notices explicatives. Ces différentes séries de documents existent en plusieurs exemplaires, si bien qu'un grand nombre de personnes à la fois peuvent mettre leur bonne volonté au service de la cause algérienne. Les demandes formulées en vue d'en obtenir communication parviennent chaque année en telle quantité qu'il n'est pas toujours possible d'y donner immédiatement satisfaction.

En dehors de la propagande générale qu'il fait en faveur du peuplement algérien, l'Office s'occupe de la publicité à donner aux programmes de colonisation arrêtés annuellement à Alger par la Direction générale de l'Agriculture. Ces programmes sont parfois très importants : celui de 1906 comportait l'agrandissement ou la création de dix-neuf villages, représentant ensemble 40.000 hectares et 483 concessions gratuites. L'Office les fait connaître au public en apposant des affiches et en distribuant des livrets de concessions.

L'affiche-programme, tirée en plusieurs couleurs, à 15.000 exemplaires, est placardée dans les principales gares des grands réseaux, dans les halls des Compagnies de navigation, dans les bureaux de poste des chefs-lieux de canton pour la majorité des départements, dans tous les bureaux des départements qui fournissent les plus forts contingents d'émigrants.

Quant au livret, dans lequel on trouve des indications sur la situation et la nature des terres, le climat, les productions, les ressources des villages, il est délivré sur demande. Des exemplaires sont en outre déposés dans de nombreuses gares, où on peut se les procurer au prix de 0 fr. 10.

Une publicité analogue facilite les ventes à bureau ouvert. Les affiches annonçant ces ventes sont réparties entre les préfectures et les bureaux de poste les plus importants ; elles provoquent une correspondance assez volumineuse. C'est ainsi que, dès la deuxième vente, on a dû fournir des indications à près de cinq cents personnes pendant une période de quinze jours environ.

En matière de colonisation, l'Office ne se borne pas à faire cette active publicité. Il est également chargé de l'instruction des demandes de concessions de terres. A cet effet, il s'était adjoint, il y a quelques années, des délégués officiels, à qui était allouée une modeste rétribution. Pour des raisons d'ordre budgétaire, il s'est vu contraint de renoncer à cette collaboration, et il utilise aujourd'hui, en vue de constituer les dossiers des requérants, les seuls renseignements que lui communiquent

les préfectures. Depuis 1900, l'Office a ainsi étudié près de 3.000 requêtes dont la moitié, à peu près, ont reçu une suite favorable. Il a rendu, à ce point de vue, de très appréciables services à la Direction de l'Agriculture d'Alger.

Commerce.

Le rôle assigné à la section commerciale consiste à réunir et à propager toutes les informations de nature à développer la vente des produits français en Algérie, et celle des produits algériens au dehors. L'Office, à vrai dire, s'est surtout préoccupé de multiplier les exportations de la colonie. En agissant ainsi, il n'a pas sacrifié les intérêts des producteurs français. En effet, comme nous l'avons déjà indiqué dans la première partie de cette étude, la plupart des marchandises importées en Algérie proviennent de France. Considérant que les commerçants et les industriels de la métropole ont à leur disposition des organisations suffisamment fortes, pour leur permettre de conserver cette position, l'Office a décidé de consacrer tous ses soins à faciliter l'écoulement des produits algériens à l'extérieur.

En ce qui concerne les marchés de France, il s'est assuré la collaboration des Chambres de Commerce et a reçu de ces Compagnies un assez grand nombre de communications, qui ont établi rapidement un courant régulier d'informations économiques.

Mais il convient surtout de citer les efforts très méri-

toires qu'il a faits en vue d'ouvrir aux produits de la colonie les marchés étrangers.

Il a tout d'abord centralisé de très nombreuses indications sur les régions susceptibles de devenir commercialement tributaires de l'Algérie. Il a ensuite organisé une propagande, dont le champ s'étend chaque jour, particulièrement en Suisse, en Allemagne, en Angleterre, en Belgique.

Pour l'exécution de la première partie de ce programme, l'Office a sollicité le concours des Chambres de Commerce françaises, des conseillers du Commerce extérieur et de nos agents diplomatiques et consulaires.

Ces derniers ont été invités, dès 1901, par leur Département, à répondre d'urgence et directement à l'Office sur les points suivants :

1° Notoriété et honorabilité commerciale des négociants, industriels, correspondants ou acheteurs établis à l'Etranger ;

2° Mercuriales commerciales ;

3° Cours en Bourse des marchandises, prix moyens, types de vente courants ;

4° Stock de produits naturels ou fabriqués existant sur un marché ;

5° Maisons s'occupant plus spécialement de la vente de tel article désigné, mode d'achat et de vente ;

6° Désignation de correspondants ou de placiers honorables ;

7° Tarifs douaniers ;

8° Moyens et prix de transport.

Nos consuls ont été priés également de consacrer dans leurs rapports périodiques un chapitre spécial au trafic de leur région avec l'Algérie, d'y indiquer les produits demandés, les quantités importées, les pays d'origine des produits similaires concurrents, etc...

Nos représentants à l'Etranger ne se sont pas bornés à répondre aux demandes que leur a adressées l'Office, ils lui ont signalé spontanément tout ce qui leur paraissait intéresser le développement de l'Algérie. Ainsi ont pu être menées à bonne fin de multiples enquêtes sur les débouchés offerts aux principaux produits de la colonie. Citons les enquêtes sur le marché des tabacs dans les pays européens ; le commerce des primeurs en France, en Angleterre, en Allemagne, en Belgique, en Hollande et en Suisse ; le commerce des pâtes alimentaires ; la vente des vins en Angleterre, en Allemagne et en Suisse ; le commerce et l'industrie du liège ; le commerce des crins végétaux en Belgique, en Allemagne, en Angleterre ; la vente de l'essence de géranium, de la centaurée, du sapindus ; le placement des marbres et onyx ; le commerce des cuirs et peaux, de l'alfa et des fibres végétales diverses, des huiles, des tapis ; l'industrie des cafés de figues, particulièrement en Autriche-Hongrie ; la vente des moutons, etc...

Enfin, pour faciliter l'établissement des relations commerciales entre les pays étrangers et l'Algérie, l'Office a centralisé tous les renseignements utiles concernant l'organisation économique et administrative de notre possession du Nord-Africain, savoir : régime douanier,

octroi de mer, chemins de fer, transports maritimes, statistiques du commerce et de la navigation.

Quant aux moyens de propagande employés pour faire connaître et apprécier au dehors les produits de la colonie, il faut citer d'abord les dépôts d'échantillons.

Un premier dépôt fut installé à Londres, en 1901 : il est ouvert à tous les producteurs et exportateurs d'Algérie, qui sont admis à y être représentés par des collections étiquetées, cotées, avec prix de vente et fiches de renseignements indiquant le lieu d'origine, les quantités disponibles, etc...

Un registre, où sont inscrits les noms et adresses de producteurs et exportateurs, est mis à la disposition du public, de telle sorte que les acheteurs anglais obtiennent, sans dérangement, toutes les informations utiles sur les marchés algériens qui les intéressent. Au surplus, un agent de la Chambre de Commerce française, dans les locaux de laquelle le dépôt est établi, se tient en permanence à la disposition des visiteurs.

L'Office a lui-même indiqué aux colons, par la voie de son Bulletin, les produits qui avaient le plus de chance de trouver un écoulement sur le marché anglais et qu'il convenait, par conséquent, d'expédier à Londres, de préférence à tous autres.

Une organisation analogue fonctionne aujourd'hui à Genève et donne d'excellents résultats. Dans les trois premiers trimestres de 1907, les achats de vins par la Suisse ont triplé. Des transactions importantes ont été réalisées sur le crin végétal. Le tabac, l'alfa, l'orge, le

sapindus, le bois de cèdre ont été l'objet de nombreuses demandes de renseignements.

La Chambre de Commerce exige que les exposants fassent accompagner leurs envois des indications ci-après :

- Nature et qualité du produit ;
- Quantité approximative de production ;
- Prix de vente avec ou sans emballage ;
- Prix de vente chez le producteur ou à l'usine ;
- Prix de vente quai Alger ou autre port ;
- Prix de vente sur wagon à Marseille ou à Cette ;
- Prix de vente à Genève ;
- Conditions de paiement (escompte ou terme).

Un deuxième procédé de propagande qui mérite d'être signalé et qui, du reste, est appelé à être plus fréquemment employé que le précédent, consiste dans la création d'agences de placement. Cette méthode a reçu ses principales applications en Allemagne. L'Office a confié à M. Lang, conseiller du Commerce Extérieur de la France, à Francfort-sur-le-Mein, la mission d'assurer, sur les plus grandes places allemandes, un service de renseignements chargé de procurer aux commerçants algériens des représentants sérieux. Au cours de plusieurs tournées qu'il a effectuées dans l'Empire, M. Lang a recueilli de multiples informations qu'il a communiquées à ses correspondants de la colonie.

M. Gérard, directeur de l'Office, a excellemment exposé les avantages respectifs des dépôts d'échantillons et des agences de placement ; il donne la préférence à

ces dernières : « ... Les dépôts d'échantillons sont mieux
« appropriés à un pays d'industrie qu'à un pays agri-
« cole comme l'Algérie, dont les productions périssables
« ne peuvent être exposées ou risquent, tout au moins,
« de se détériorer rapidement. D'autre part, bien qu'il
« ne puisse être question d'atténuer la portée pratique
« d'une institution qui a droit de cité dans l'Europe
« entière, il est permis de remarquer que l'exposant,
« animé de l'unique dessein de conclure des affaires, n'y
« conserve qu'une attitude purement passive. Sa per-
« sonnalité est effacée ; il attend le visiteur, acheteur
« éventuel, qui, au cours de ses hésitations devant les
« échantillons présentés, n'a jamais à se mesurer avec
« une volonté ferme, avec l'ingéniosité d'esprit que
« suscite l'intérêt personnel. Combien le système qui
« consiste à aller au devant de la clientèle paraît plus
« propre à triompher de la concurrence ! La vie, le pro-
« grès économique sont dans l'action et, selon nous,
« c'est surtout l'offensive qui mène au succès, alors que
« le Musée représente en quelque sorte la tactique dé-
« fensive. Il constitue, à n'en pas douter, une aide puis-
« sante, un centre d'information de premier ordre pour
« nos exportateurs, mais en vain essaierait-on de pré-
« tendre que son action peut remplacer la vigoureuse
« impulsion des représentants de commerce (1). »

Au point de vue de la propagande commerciale, il con-
vient enfin de mentionner la tentative faite par l'Office,

(1) *Situation générale de l'Algérie*, année 1907, pages 416-417.

pour appliquer à l'Algérie un procédé auquel la Jamaïque doit sa renaissance économique. Ce procédé consiste à subventionner une Compagnie, qui s'engage à exporter, chaque année, d'une colonie une quantité déterminée d'un produit désigné (1). Or, une maison anglaise s'étant offerte à entreprendre, moyennant une subvention minime, une campagne commerciale en faveur du placement des vins algériens en Angleterre, sa proposition a été acceptée. L'Office a fait préparer et signer le contrat ci-dessous, qu'il nous paraît intéressant de publier ici *in-extenso*, parce qu'il constitue un modèle-type susceptible d'être reproduit désormais dans un certain nombre de cas :

« Entre le Gouverneur général de l'Algérie et James
« Leakey, négociant en vins en gros à Londres, East-
« cheap buildings, 19, il a été convenu ce qui suit :

« *Article premier.* — M. James Leakey s'engage à
« organiser, par le moyen de circulaires, d'avis dans la
« presse anglaise ou étrangère, et de voyages en dehors
« de la France et de ses colonies, une campagne de pro-

(1) « Sur le rapport de M. Chamberlain, le gouvernement bri-
« tannique a accordé une subvention très élevée à la Compa-
« gnie Elder-Dunpster contre l'obligation pour celle-ci d'ex-
« porter chaque année de l'île (la Jamaïque) une quantité
« déterminée de bananes. Les résultats ont été merveilleux, et
« la Compagnie a été amenée par le propre succès de son
« entreprise à développer dans de considérables proportions
« ses services, sans même solliciter des subsides complémen-
« taires. » *Exposé de la situation générale de l'Algérie*, année
1904, page 476.

« pagande en faveur du placement, en Angleterre ou
« dans d'autres pays que la France ou ses colonies,
« des vins et eaux-de-vie de vin d'Algérie.

« *Article 2.* — M. James Leakey recevra, pour indem-
« nité de ses soins et peines, une subvention maxima de
« 5.000 francs, payable par fractions de 1.000 francs
« par semestre et à terme échu.

« *Article 3.* — Chaque fraction de 1.000 francs sera
« payée sous les conditions ci-après :

« M. James Leakey devra fournir la preuve, ainsi qu'il
« est prévu à l'article 5, qu'il a exporté d'Algérie, au
« cours du semestre écoulé, un minimum de 10.000 hec-
« tolitres de vin ou eau-de-vie, étant entendu qu'un
« hectolitre d'eau-de-vie correspondait à 5 hectolitres
« de vin, mais sans que le chiffre des quantités d'eau-
« de-vie exportées pendant le semestre puisse être supé-
« rieure à 500 hectolitres.

« *Article 4.* — M. Leakey recevra, à titre exceptionnel,
« le montant de la première fraction de la subvention
« stipulée dès la signature du présent contrat, afin de
« pouvoir commencer immédiatement sa campagne de
« propagande commerciale.

« *Article 5.* — M. James Leakey s'engage à produire
« des déclarations de douane et toutes pièces justifica-
« tives, factures d'achat et de transport, permettant de
« vérifier que les quantités minima de vin et eaux-de-
« vie ci-dessus indiquées ont été expédiées d'Algérie
« par sa maison et consommées hors de France et des
« colonies françaises.

« *Article 6.* — Il est entendu pour le cas où M. James
 « Leakey aurait exporté plus de 10.000 hectolitres au
 « cours d'une période semestrielle, qu'il lui serait tenu
 « compte de cette plus-value, pour faire, s'il était néces-
 « saire, les manquants éventuels de la période semes-
 « trielle suivante. »

M. Gérard, directeur de l'Office de l'Algérie, qui cite le contrat ci-dessus dans son rapport afférent à l'exercice 1905 (1), le fait suivre des réflexions suivantes :

« Ce traité constitue pour la maison Leakey un avan-
 « tage maximum de 0 fr. 10 par hectolitre de vin ex-
 « porté. Il ne saurait dès lors en aucune façon être
 « envisagé comme un monopole, si l'on veut bien sur-
 « tout considérer qu'il s'applique à des quantités de vin
 « très minimes, par rapport à l'importance de la pro-
 « duction et du commerce de l'Algérie. C'est également
 « à tort qu'on a voulu y voir une opération commerciale
 « ne rentrant pas dans le cadre des attributions de
 « l'Office. Il n'est en réalité qu'une des modalités di-
 « verses auxquelles l'Administration est en droit de
 « recourir pour seconder et stimuler les initiatives
 « individuelles, ainsi que les efforts des associations de
 « la colonie (2). »

La convention conclue avec M. Leakey n'a pas donné

(1) *Exposé de la situation générale de l'Algérie en 1905*, page 388.

(2) *Exposé de la situation générale de l'Algérie*, année 1905, pages 389 et 390.

tout ce qu'on en attendait. Elle a été suivie toutefois de résultats qui ne sont pas négligeables. Tandis qu'en 1904, l'Angleterre ne consommait encore que 454 hectolitres de vins algériens, elle en a acheté, d'août 1905 à octobre 1906, 4.907 hectolitres. Un total annuel de 5.000 hectolitres a été atteint, après 1906. Loin de se décourager, M. Leakey s'est rendu en Algérie, où il a visité plusieurs maisons dans le but d'étendre sa campagne à de nouveaux produits. D'un autre côté, frappés par l'exemple qui leur était donné, des colons se sont déplacés eux-mêmes pour accomplir des voyages d'affaires, tant en Angleterre qu'en Allemagne, en Belgique, en Suisse. L'impulsion est aujourd'hui donnée, et les rapides progrès que réalisent les vins d'Algérie à l'Etranger sont attestés dans différentes revues vinicoles (1).

Nous n'avons encore parlé qu'incidemment du *Bulletin de l'Office de l'Algérie*. Il est temps de dire quel excellent organe de vulgarisation pratique est devenue cette publication.

Le *Bulletin* paraît bi-mensuellement, avec la collaboration des différents services du Gouvernement général d'Alger, de nos agents consulaires, des Chambres de Commerce, des conseillers du Commerce Extérieur, enfin de différentes personnalités de la France et des colonies. Grâce à ces concours précieux, il a pu devenir une revue

(1) Voir la *Feuille vinicole de la Gironde*, numéro du 11 janvier. — Voir également une correspondance de Hambourg de décembre 1905, publiée dans le *Moniteur vinicole*.

très complète des questions économiques algériennes. Il publie régulièrement certaines informations périodiques telles que : l'exposé mensuel de l'état des récoltes ; les prix de vente des principaux produits de la colonie sur les marchés locaux ; les cours moyens des primeurs à Paris, Lyon, Marseille, Londres, Hambourg ; les statistiques des importations et exportations ; le mouvement des ports d'Alger, d'Oran, de Mostaganem, de Bougie, de Philippeville et de Bône. Selon l'expression de M. Gérard, ces documents sont « les données dont les « variations constituent en quelque sorte le baromètre « de la situation économique de la colonie » (1), baromètre que les maisons françaises et étrangères consulteront avec profit, avant d'envoyer en Algérie des représentants chargés de faire des campagnes d'achats.

D'autre part, des indications sur l'état des récoltes en France et à l'Etranger, les évaluations probables de leur rendement, renseignent les colons sur la valeur de leur propre production.

Le *Bulletin* consacre enfin des études souvent remarquables aux questions qu'on peut considérer comme vitales pour la colonie. A titre documentaire, nous citerons les titres de quelques-unes d'entre elles.

Colonisation et agriculture : recrutement des colons, associations agricoles en Algérie, les richesses forestières de la Kabylie, la culture de l'olivier, l'exploitation de l'alfa, les fruits, légumes, primeurs, les figes sèches

(1) *Situation générale de l'Algérie*, année 1906, page 398.

et le café de figues, les distilleries agricoles et l'emploi des alcools dénaturés, les stocks visibles de blé dans le monde, oranges, citrons, raisins de table.

Navigation, commerce : le commerce de la France et de l'Algérie, le ports d'Algérie, le commerce du port de Bordeaux avec l'Algérie, tarifs douaniers, la vente des vins à l'étranger.

Le *Bulletin* est distribué gratuitement : en France, aux Ministères, à plus de 100 Chambres de Commerce, à 500 instituteurs, 200 préfets ou professeurs d'agriculture, 400 députés, sénateurs ou notables ; en Algérie : aux services du Gouvernement général, aux Chambres de Commerce, aux maires ; à l'Etranger : aux consulats, à une centaine de conseillers du Commerce Extérieur ou de notables. En outre, de nombreux colons ont souscrit des abonnements. Enfin, le champ d'action du *Bulletin* se trouve élargi par le fait que plusieurs articles sont souvent reproduits dans des revues agricoles ou commerciales et dans certaines feuilles officielles comme la *Feuille de Renseignements du Ministère de l'Agriculture*, le *Bulletin de l'Office de renseignements agricoles*, le *Bulletin de l'Office national du Commerce Extérieur*.

On a critiqué, sans y mettre, du reste, aucune insistance, « l'aspect trop officiel d'un périodique destiné à des commerçants, à des cultivateurs et à des éleveurs, et non à des fonctionnaires » (1).

(1) A. LE CHATELIER. *Questions d'Economie coloniale*. Lettres à M. Eugène Etienne. Paris, Chalamel, 1902, page 2.

Nous ne partageons pas cette opinion. Le caractère à demi-administratif du *Bulletin* nous paraît, au contraire, de nature à donner aux informations et aux conseils contenus dans le texte, un poids particulier. Les colons algériens, les commerçants et industriels français et étrangers ne peuvent manquer d'attacher du prix à des renseignements émanant d'un service bien documenté et, en raison même de son caractère officiel, totalement désintéressé. Tel qu'il est actuellement, le *Bulletin*, fait remarquer M. Gérard, « joue un grand rôle dans l'institution » (1).

Expositions.

Pour achever l'exposé de l'œuvre accomplie par l'Office de l'Algérie, il nous reste à parler du concours éclairé que cet établissement a prêté aux colons algériens à l'occasion de différentes expositions.

Depuis la grande manifestation de 1900, l'Office a reçu, à maintes fois, la mission d'organiser le Commissariat de l'Algérie. Il a guidé les colons dans le choix des collections qui devaient être envoyées de préférence.

En 1903, l'Exposition géographique maritime et ethnographique d'Anvers a paru une excellente occasion de faire apprécier en Belgique les produits algériens. Pour rendre sa section particulièrement attrayante aux

(1) *Situation générale de l'Algérie en 1907*, page 419.

yeux des amateurs et importateurs anversoïis, l'Office exposa de nombreuses cartes, plans, graphiques, notices, rendant compte des grands travaux en voie d'exécution dans les ports de la colonie. Ces documents constituèrent pour l'ensemble une très bonne réclame.

L'Exposition de Saint-Louis fut également intéressante pour notre Afrique du Nord, les Etats-Unis étant acheteurs de minerais, de marbres, d'onyx, d'écorces à tan, de crin végétal, d'alfa, de liège, d'huile d'olives, de figues, de dattes, etc...

A Arras, dans la même année, l'Office s'est attaché à donner à son Exposition le double caractère d'une manifestation économique et d'une tentative artistique destinée à mettre en lumière la beauté pittoresque du pays algérien, la douceur de son climat et les charmes qu'y peuvent trouver les hiverneurs.

A l'Exposition de Liège, le pavillon de l'Algérie, bien que de proportions restreintes, a reçu, certains jours, jusqu'à 20.000 visiteurs.

A l'Exposition Coloniale de Marseille de 1906, l'Office a été amené à faire un effort assez considérable qui lui a valu, du reste, un très vif succès. Un kiosque, où l'on pouvait déguster des vins d'Algérie, a vendu plus de 40.000 verres.

Enfin, l'Exposition de Londres va permettre aux producteurs algériens d'augmenter leurs chiffres d'affaires avec le marché anglais. L'Office y a fait édifier un vaste palais, bien aménagé, où beaucoup de visiteurs, attirés par les installations des artisans indigènes et par les

objets de curiosité, prolongent leur visite pour se rendre compte des progrès réalisés dans la plus belle possession française.

Toutes ces expositions ont, entre autres avantages, celui d'inciter les colons à faire connaître leurs produits et à les présenter sous une forme qui plaise à la clientèle ; elles les habituent, en outre, à se grouper et à s'entr'aider. Elles permettent ainsi à l'Office de réaliser une importante partie de son programme, à l'exécution de laquelle il tient particulièrement.

CHAPITRE II

Office de la Tunisie.

L'Office de la Tunisie est de création récente (1), et l'étude de son fonctionnement serait nécessairement très brève, si l'institution ne méritait un examen particulier à raison des conditions spéciales dans lesquelles elle est appelée à se développer.

La Tunisie occupe une place à part dans notre domaine d'outre-mer. Nous avons déjà rappelé qu'au point de vue économique elle doit être nettement distinguée, ainsi que l'Algérie, de nos grandes colonies d'exploitation. Mais l'Algérie elle-même ne lui est pas en tout point comparable.

Nos deux possessions de l'Afrique du Nord, en effet, n'ont pas reçu la même organisation politique et administrative. La Tunisie est un pays de protectorat dans lequel les pouvoirs locaux jouissent de quelque indépendance. Il s'ensuit que l'Office chargé de la représenter en France peut exercer une certaine action politique à laquelle l'Office de l'Algérie ne saurait guère, semble-t-il, prétendre à l'heure actuelle.

(1) Décret de Finances du 30 décembre 1905, ch. iv, art. 11.

Dès à présent l'Office de la Tunisie constitue, à côté des services ministériels chargés du contrôle de l'administration tunisienne, une sorte d'agence qui défend les intérêts du Protectorat auprès des pouvoirs publics de la métropole. Il est un peu terre tunisienne à Paris. La chose mérite d'être signalée dans un pays soucieux comme le nôtre de maintenir aussi intacte que possible sa centralisation administrative.

C'est à l'Office de la Tunisie que le Résident général de France à Tunis donne audience lorsqu'il vient à Paris ; les bureaux du service sont le siège des concours organisés par la Régence ; les directions des Forêts et des Travaux publics y déposent régulièrement les documents relatifs aux adjudications. Le Directeur de l'Institution fait en outre, au nom du gouvernement tunisien, de nombreuses démarches auprès des administrations, des sociétés et des particuliers.

Dans la mesure où il est permis de prévoir l'avenir, on peut escompter que l'Office verra un jour ses attributions d'ordre administratif et politique se préciser et s'accroître ; son directeur deviendrait, en somme, un Haut Commissaire du gouvernement tunisien.

Cette première mission de l'Office de la Tunisie échappe à l'attention du public qui voit avant tout dans l'établissement un bureau de renseignements et de propagande.

Dans cet ordre d'idées, quels résultats a-t-on obtenus ?

En matière de colonisation agricole, les efforts de l'Office se sont trouvés limités par le fait qu'en Tunisie

la Direction de l'agriculture éprouve de grandes difficultés à se procurer des terres vacantes propres à la culture. Le nombre des lots mis en vente chaque année ne justifie pas une propagande active (par apposition d'affiches, distribution de notices et de canevas de conférences) semblable à celle que fait l'Office de l'Algérie. La simple annonce des allotissements, au moyen d'insertions dans les journaux, attire plus d'amateurs qu'il n'y a de lots disponibles.

L'Office doit se borner dans la plupart des cas à signaler les propriétés privées qui sont à vendre. La Direction de l'agriculture lui en communique régulièrement la liste.

Quand les demandes émanent de petits propriétaires, il est bien difficile de leur réserver un accueil favorable. Etant données les conditions actuelles de la colonisation en Tunisie, un émigrant ne disposant que d'un petit capital (d'une dizaine de mille francs par exemple) ne peut songer à s'établir utilement dans ce pays. N'est-il pas profondément regrettable de ne pouvoir ni attirer ni même accueillir dans des régions où l'élément français n'est pourtant pas assez représenté, des aspirants colons pleins de bonne volonté, de courage, qui seraient certainement d'excellentes recrues.

Le jour où l'administration locale, rachetant elle-même des terres aussi souvent que l'occasion s'en présentera, les allotira pour les mettre, à des prix raisonnables, à la disposition des agriculteurs français, les acquéreurs ne manqueront pas.

En 1907, 70 personnes se sont spontanément adressées à l'Office pour exprimer leur désir d'acheter des terres en Tunisie. Si, par suite de modifications dans la méthode de colonisation officielle en vigueur, le service était un jour chargé de faire appel aux petits agriculteurs français, il pourrait sans doute dès la première année assurer le départ d'un assez fort contingent d'émigrants.

Ne pouvant encourager très efficacement l'établissement dans le Protectorat de petits propriétaires ruraux, l'Office s'efforce du moins de faciliter le placement d'ouvriers et d'employés français. Dans le courant de l'année 1907, il a accordé environ 150 passages à prix réduit à des émigrants qui, par leurs aptitudes et leur moralité, paraissaient dignes d'être soutenus.

L'Office provoque enfin l'exode des capitaux métropolitains vers la Régence en faisant connaître les ressources de la contrée tunisienne aux écrivains, aux statisticiens, aux journalistes, aux professeurs, aux ingénieurs, à qui sont envoyées des notices sur la Tunisie.

En matière commerciale, l'Office s'est tout d'abord efforcé de réunir les informations susceptibles d'augmenter la vente en France et à l'étranger des productions tunisiennes (types de produits, cours en bourse, tarifs douaniers, prix de transport). Il centralise les offres et demandes de représentation. C'est ainsi qu'il a transmis aux Chambres locales d'agriculture et de commerce les propositions de Français désireux de placer les produits de Tunisie en Angleterre, en Belgique et en Russie. Il a

fait également des démarches pour favoriser le développement d'un trafic transsaharien à Gabès. Ajoutons qu'il représente le gouvernement local et les colons dans les concours agricoles et expositions diverses, reçoit les collections, les met en place, surveille la réexpédition, s'occupe du règlement des dépenses.

L'Office possède depuis un an un excellent instrument de propagande commerciale : son Bulletin mensuel.

Ce périodique ne tire encore qu'à 500 exemplaires. Mais le service en est fait gratuitement à plus de 300 Compagnies commerciales ou industrielles, journaux et revues, établissements d'enseignement, personnalités coloniales, en France et à l'étranger. Il s'attache à renseigner spécialement les Français de la métropole et les étrangers, et laisse au Bulletin de la Direction de l'agriculture de Tunis, le soin de s'adresser plus particulièrement aux colons. Lorsqu'il aura pris, après les tâtonnements inévitables du début, sa forme définitive, il deviendra un bon organe de documentation pratique.

Il faut enfin dire quelques mots d'un projet qui est actuellement à l'étude et dont l'exécution accroîtrait singulièrement l'importance de la mission commerciale de l'Office. Il s'agirait de grouper les producteurs tunisiens en vue de créer sur certains marchés étrangers des magasins de vente à frais communs. Ces unions recevraient, à titre d'encouragement, des subventions du gouvernement ; leur fonctionnement serait contrôlé par l'Office de la Tunisie qui se tiendrait en rapports constants avec elles.

Nous aurons plus loin l'occasion de signaler les réels services que des organisations similaires ont rendus en Allemagne et en Italie. Les associations pour l'exportation ne seraient pas moins utiles en Tunisie. Il est facile de prévoir le rôle considérable qu'elles joueront lorsque les vastes plantations d'oliviers entreprises dans la région des terres sialines seront entrées dans la période de plein rendement. La production des huiles atteindra alors des chiffres très élevés et il deviendra indispensable d'en trouver l'écoulement à l'extérieur.

On voit que l'Office de la Tunisie paraît destiné à prendre dans notre organisation de la propagande coloniale une place distincte. A plus d'un titre il mérite qu'on suive avec intérêt l'extension de ses services et les résultats qu'il ne manquera pas d'obtenir.

SECTION III

Organisation de la propagande et de l'enseignement coloniaux en province

En exposant le fonctionnement de l'Office Colonial, nous avons eu l'occasion de dire quelques mots d'un projet présenté par M. Hervet et tendant à constituer auprès de chaque Chambre de commerce française une sorte de succursale de l'Office. Nous avons également indiqué qu'à la suite de la proposition formulée par la Chambre de commerce de Bourges, l'Office colonial avait nommé dans les départements un certain nombre de délégués, mais que cet essai de décentralisation n'avait pas été suivi de résultats très appréciables.

La question de l'organisation de la propagande coloniale en province reste donc posée. Il serait inexact, toutefois, de dire qu'elle n'a pas été partiellement résolue. A Marseille, à Bordeaux, à Lyon, à Nancy, au Havre, fonctionnent aujourd'hui des instituts émanant de l'initiative privée, qui sont appelés à seconder l'œuvre entreprise par les administrations officielles de Paris.

Sans doute, les établissements provinciaux répondent

généralement à des besoins locaux. C'est ainsi que les statuts qui régissent l'Institut de Marseille mentionnent, dans l'article 2, que l'association a pour but l'étude, la défense et le développement des intérêts généraux de la colonisation *et spécialement* l'extension des rapports de la région marseillaise avec nos possessions. Encore Marseille est-il le seul de nos ports qui commerce avec la plupart de nos colonies, et dont le marché ne se soit pas spécialisé dans des opérations portant sur certains produits en particulier.

Ce qui restreint, du reste, l'influence des institutions de province, c'est le fait même que leur clientèle est avant tout régionale. Mais leur propagande, bien qu'elle ne s'exerce que dans une zone limitée, contribue à répandre dans la masse populaire le goût et l'enseignement des choses coloniales.

En ce qui concerne leur organisation intérieure, ces établissements sont presque uniformément pourvus des services suivants : bureau de renseignements généraux, musée des exportations et des importations, jardin d'essai et laboratoire, cours et conférences.

Toutefois, les principales questions qu'ils étudient varient suivant les contingences locales. Marseille, port d'attache des navires qui font les lignes d'Extrême-Orient, s'intéresse plus que Bordeaux aux productions de Madagascar et de l'Indo-Chine. Le négoce bordelais se préoccupe surtout de multiplier ses échanges avec l'Afrique occidentale et tend, par exemple, à devenir un grand marché de caoutchouc. Lyon étudie particulière-

ment les produits indo-chinois et la sériciculture. Nancy s'intéresse aux questions forestières.

En somme, les instituts provinciaux sont assez différents des offices de Paris qui sont appelés à donner satisfaction à des besoins généraux.

Par contre, n'ayant qu'un rôle secondaire à jouer en matière de colonisation proprement dite, ils ne font aucune distinction entre les colonies de peuplement et les colonies d'exploitation : un même musée renferme les spécimens provenant des unes et des autres ; un même service suffit à documenter les commerçants.

Tels sont, rapidement résumés, les principaux caractères que présente l'organisation provinciale des services de renseignements coloniaux.

Il est bon d'ajouter à cet exposé d'ensemble une description succincte du fonctionnement de ces services.

Institut colonial de Marseille.

L'Institut colonial de Marseille, dont l'organisation a été étudiée depuis 1893, n'a reçu sa forme définitive que l'année dernière. Sa création a été facilitée par le concours qu'ont prêté spontanément aux fondateurs la Chambre de commerce, la Société de géographie, le Comité de l'Alliance française, le Syndicat des exportateurs, etc.

Installé au centre de la ville, dans un vaste local facilement accessible au public, l'Institut comprend : un bureau de renseignements, une exposition des produits

métropolitains consommés dans la colonie, un musée des produits coloniaux et un jardin annexe.

Le Bureau de renseignements centralise toutes les indications susceptibles d'intéresser les maisons qui sont ou qui désirent entrer en relations d'affaires avec les colonies. En rapports constants avec les comptoirs d'outre-mer, il se tient au courant des mercuriales, de l'état des récoltes, des stocks existants, des moyens de transport, etc.

Bien que son rôle soit surtout commercial, il se propose également d'encourager l'émigration des capitaux français dans nos établissements lointains. A cet effet, il se tient au courant des modifications survenues dans l'outillage économique, la situation d'ensemble de nos grandes possessions.

Il entretient une correspondance déjà volumineuse avec les maisons métropolitaines et étrangères.

Dès l'origine, il a été appelé à traiter quelques questions importantes. C'est ainsi que le consul d'Amérique s'est adressé à lui pour obtenir des informations sur les alfas, que les maisons de New-York et de Chicago désirent, à l'exemple des industriels anglais, exporter d'Algérie pour en tirer la pâte à papier.

L'Institut s'est préoccupé également d'étudier les conditions dans lesquelles nos colonies pourraient importer sur le marché marseillais, des quantités de fibres suffisantes pour remplacer le jute, de provenance anglaise, couramment employé à la fabrication des sacs. La Société des Filatures et Tissages, à Marseille, s'est offerte

à procéder, avec les fibres qui seront envoyées, à tous les essais qui paraîtront nécessaires.

Soutenu par le commerce local, le bureau de renseignements de l'Institut colonial peut à bref délai se rendre très utile.

Le Musée des produits d'importation réunit et groupe méthodiquement dans de grandes vitrines, les différents articles de fabrication locale usités aux colonies. Une simple visite suffit à l'exportateur désireux de correspondre avec les comptoirs coloniaux pour noter les produits qu'il aura le plus de chance d'écouler à des prix rémunérateurs.

Le Musée colonial, dont les collections se sont augmentées considérablement depuis 1906, semble organisé à l'image de notre ancienne exposition permanente des colonies.

Des emplacements spacieux y sont réservés aux principaux produits coloniaux qui viennent à Marseille : sucres, riz, cafés, ramie, alcools, pailles, plumes d'oiseaux, ivoires, minéraux, sans oublier naturellement les corps gras (arachides, huile et amandes de palme, karité) dont l'industrie des huiles et celle de la savonnerie font une grande consommation.

Désireux de varier et d'agrémenter son enseignement, l'Institut expose, à côté des collections commerciales, des séries d'objets ethnographiques : ustensiles de ménage anciens et nouveaux, vêtements, chaussures, coiffures (soies, dentelles ou pagnes), engins de pêche et de chasse, armes de guerre et instruments de musique, toutes

choses dont la vue donne aux visiteurs un aperçu des mœurs des indigènes.

Au Musée colonial sont annexés : 1° une bibliothèque renfermant une collection assez complète de publications coloniales et pourvue d'un double catalogue alphabétique et méthodique ; 2° un laboratoire destiné à étudier l'utilisation, par l'industrie métropolitaine, des produits exotiques.

Le Jardin colonial, situé dans le Jardin botanique (parc Borély), a pour but, aux termes mêmes d'un article paru dans le Bulletin de l'Institut (1) :

1° De montrer aux étudiants les plantes coloniales les plus intéressantes, cultivées soit en pleine terre, soit en serre chaude ;

2° D'expérimenter les produits agricoles coloniaux qui peuvent être acclimatés dans le Midi de l'Europe et être utilisés au point de vue alimentaire ;

3° De rechercher quelles sont les plantes nouvelles qui peuvent être introduites dans les colonies françaises.

Ont été cultivés à l'air libre : les cotonniers, les arachides, les ricins, l'indigo, le jute, la ramie, la patate douce, la courge patate du Chili, etc. Les serres abritent les plantes tropicales : kola, coca, arbres à caoutchouc, vanille, arbres à fruits, etc.

Des cours de culture, des conférences hebdomadaires permettent de faire sur le terrain des démonstrations pratiques de culture coloniale.

(1) *L'Expansion coloniale*, n° 1, page 8.

L'Institut marseillais fait paraître mensuellement un Bulletin intitulé : *L'Expansion coloniale*, dans lequel sont insérés les actes officiels, les renseignements relatifs aux travaux publics de nos possessions, aux mercures coloniales, aux services maritimes, au régime douanier et, en outre, différentes chroniques d'économie coloniale.

Institut colonial de Bordeaux.

L'Institut colonial de Bordeaux, fondé en 1901, a son siège au Pavillon des Serres, au Jardin public. Ses créateurs se sont tout d'abord préoccupés d'organiser une exposition permanente des produits d'importation et d'exportation des colonies, et de fonder un enseignement commercial et industriel. Un service de renseignements et un service des cultures ont complété l'œuvre du début.

« La véritable raison d'être du Musée, dit M. Maxwell, secrétaire général de l'Institut, dans son rapport afférent aux années 1902-1903 (1), est de fournir au public commercial des échantillons types des marchandises susceptibles d'être échangées. » Le Musée a donc un caractère pratique. Aussi bien, à côté de l'étiquetage scientifique, a-t-on fait figurer des indications commerciales complètes. Les produits sont classés méthodiquement en

(1) *Annales de l'Institut Colonial de Bordeaux*, année 1904, page 2.

différents groupes, mais des catalogues spéciaux en donnant l'énumération par colonie.

Le Service des Renseignements, inséparable du Musée, a pour mission de donner des indications sur le commerce des produits exposés. Pour être en mesure de développer les transactions commerciales entre le port de Bordeaux et les marchés coloniaux, il a demandé aux Chambres de commerce et d'agriculture des colonies de vouloir bien désigner un membre correspondant, chargé de renseigner l'Institut sur la situation économique des régions de production.

Au service est annexée une bibliothèque avec salle de lecture ouverte au public. On peut y consulter environ 150 publications périodiques françaises ou étrangères, journaux et revues officiels ou privés, bulletins des Chambres de commerce et d'agriculture, circulaires commerciales et prix courants, bulletins des colonies et des différentes institutions coloniales, annuaires, etc.

Le service des cultures qui dispose des belles serres du Jardin public, y a réuni un très grand nombre de plantes des pays tropicaux, scientifiquement groupées suivant leurs propriétés alimentaires ou médicinales ou industrielles. Comme le Musée, il seconde utilement les efforts du bureau de renseignements.

Enfin l'Institut, voulant créer, à Bordeaux, un centre important d'études coloniales, a organisé avec le concours de l'Université, de la Chambre de commerce, de la Municipalité et de la Société philomatique, un enseignement spécial subdivisé en trois sections qui groupent :

1° Les élèves candidats au diplôme supérieur de commerce et d'industrie, section coloniale ;

2° Les candidats au diplôme spécial d'études coloniales fondé par l'Université de Bordeaux ;

3° Les auditeurs libres.

Cet enseignement porte notamment sur les matières suivantes : géographie coloniale, histoire de la colonisation, législation coloniale, produits coloniaux, hygiène coloniale, topographie, construction, cultures coloniales, langue arabe, etc.

L'Institut subventionne, en outre, l'Ecole de médecine coloniale.

Les *Annales de l'Institut colonial de Bordeaux*, qui forment chaque année un volume de 300 pages environ, contiennent des articles documentés sur les questions de législation, d'administration et d'économie coloniales. Elles publient, en outre, des « notes bibliographiques » très intéressantes.

L'enseignement colonial à Lyon et à Nancy.

Tandis que les Instituts de Marseille et de Bordeaux s'attachent à devenir, en même temps que des centres d'études coloniales générales, des bureaux de renseignements commerciaux doublés d'expositions permanentes, à Lyon et à Nancy, c'est surtout le désir de se documenter sur quelques sujets et sur quelques produits particuliers qui semble prédominer.

Dans les deux villes, l'enseignement colonial porte, il est vrai, sur un certain nombre de matières communes : histoire, géographie, législation, hygiène, cultures, etc. Mais des cours spéciaux y sont consacrés aux questions qui intéressent davantage le commerce ou l'industrie locale :

Lyon facilite l'étude des productions indo-chinoises, de la sériciculture en Indo-Chine, des mœurs et coutumes de notre grande possession d'Extrême-Orient, de la langue chinoise (1).

Nancy, de son côté, consacre ses principaux efforts à faire connaître les ressources forestières de notre empire d'outre-mer.

Quant au Musée de la Chambre de commerce de Lyon et à celui de l'Institut colonial de Nancy, ils sont tout d'abord destinés à compléter les leçons des professeurs et permettent de présenter aux élèves les spécimens des produits coloniaux.

Ils sont également, dans une certaine mesure, des instruments de propagande coloniale à l'usage des commerçants de la région.

C'est ainsi que les envois de produits nouveaux au Musée de Lyon sont signalés immédiatement aux Syndicats de négociants ou d'industriels intéressés. D'autre

(1) Des missions indo-chinoises,, composées de jeunes fonctionnaires indigènes, tonkinois, annamites et cambodgiens, sont venues à Lyon en 1906 et en 1907 pour avoir une impression générale de l'organisation agricole, commerciale et industrielle française.

part, l'Institut colonial de Nancy publie un Bulletin qui paraît chaque année en plusieurs fascicules et dans lequel des articles sont consacrés aux questions qui présentent pour le commerce ou l'agriculture de la France de l'Est un intérêt d'actualité.

*
* *

La question de la décentralisation des services de renseignements coloniaux a été discutée au Congrès colonial de Bordeaux en 1907. M. Albert Mengeot, rapporteur de la V^e section, a examiné les conditions dans lesquelles on pourrait organiser des succursales de l'Office du Ministère des Colonies dans les principales villes de France :

« Il faut se mettre, dit-il, dans la situation des commerçants et industriels provinciaux ; est-il admissible que pour avoir des documents, pour examiner des échantillons, ils soient dans l'obligation de se rendre à Paris ?... Ce qui est inutile au gros négociant qui a les moyens de faire des enquêtes personnelles, devient précieux pour celui qui, moins favorisé, n'a pas les mêmes facilités... Si on possédait des prolongements de l'Office en province, on résoudrait une partie du problème (1). »

(1) Congrès Colonial de Bordeaux en 1907. Rapport présenté à la V^e Section, par M. Albert Mengeot, administrateur de l'Institut Colonial, sur les Offices Coloniaux, p. 12.

Il ne faudrait pas, selon M. Mengeot, créer de trop nombreux offices provinciaux, mais on pourrait en établir à Marseille, Lyon, Bordeaux, Rouen, Le Havre.

Adoptant les conclusions du rapporteur, le Congrès a émis le vœu :

« ... qu'il soit organisé des prolongements de l'Office colonial sur les points possédant des Instituts coloniaux subventionnés par les Chambres de commerce, et que les pouvoirs publics facilitent l'installation et le fonctionnement de ces services régionaux. »

Il semble que tous ces projets doivent rester lettre morte aussi longtemps que l'Office colonial n'aura pas reçu des Chambres de commerce et des institutions locales les subsides nécessaires pour dédoubler ses collections, ses albums, pour fortifier son action et pour l'étendre.

TROISIEME PARTIE

**Etude critique et comparative
des différentes méthodes nationales de propagande
et de documentation coloniales**

TROISIEME PARTIE

Etude critique et comparative des différentes méthodes nationales de propagande et de documentation coloniales (1)

SOMMAIRE. — I. Les institutions et la méthode coloniale anglaise. L'Imperial Institute, exposition permanente et laboratoires. L'Emigrants Information Office, ses publications. Les Agences générales des colonies autonomes, leurs procédés de propagande.

II. Les méthodes d'expansion commerciale et coloniale allemandes. Export-Musterlager, Export-Verein, Musées commerciaux. La Deutsche Kolonialgesellschaft ; son office colonial et ses publications. Les publications du Kolonial-amt.

III. La renaissance économique de l'Italie. Les agences commerciales italiennes. La réglementation de l'émigration.

(1) A consulter :

E. CAUSTIER, Les Productions coloniales néerlandaises et le musée colonial de Harlem. *Revue générale des Sciences* du 15 février 1896.

O. CLERGET, L'Esprit scientifique dans le commerce de l'Allemagne. *Revue générale des Sciences* du 15 avril 1902.

A. LE CHATELIER, *Questions d'économie coloniale, Lettres à M. Eug. Etienne*. Paris, Challamel, 1902.

IV. Le Musée commercial de Bruxelles. L'Office du Congo.

V. Le Musée colonial de Haarlem.

VI. De l'adaptation à l'organisation française de la propagande coloniale de quelques méthodes étrangères. Critiques dont l'Office colonial est l'objet. Propositions de réformes.

Depuis que la France a reconstitué un vaste empire dans les pays d'outre-mer, depuis qu'elle a pacifié ses territoires indo-chinois, occupé les hinterlands de nos grandes possessions africaines, annexé Madagascar, les études d'économie coloniale, auxquelles les questions

DOUCET, *Enquête du Comité Dupleix : Doit-on aller aux colonies ?*

Eug. ETIENNE, Un programme de politique coloniale. *Questions diplomatiques et coloniales* du 15 janvier 1901.

GODIN, Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales* du 1^{er} juin 1905.

P. LESEUR, *Cours de législation coloniale*.

MALISSART, Rapport sur les musées commerciaux. Exposition universelle d'Anvers. Bruxelles, 1895.

MURRY, Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} juin 1905.

NOUFFLARD, Quelques institutions coloniales anglaises. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} et 15 mai 1901.

SAINT-GERMAIN, Rapport sur sa mission à Londres en 1905 : Organisation et fonctionnement des agences coloniales, et propositions pour les réformes à apporter à l'Office colonial. (Consulter ce document à la Bibliothèque de l'Office colonial).

Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 16 juin 1905.

algériennes et tunisiennes avaient déjà fourni une matière abondante, se sont propagées rapidement dans les milieux politiques, scientifiques et commerciaux.

Parallèlement aux efforts accomplis par les administrations locales qui, après avoir fait procéder à la reconnaissance économique des territoires conquis ont rendu compte de leurs travaux dans des documents remarquables (1), les études des professeurs, des publicistes, des hommes politiques, des missions officielles et privées, les enquêtes des Associations ou Comités coloniaux, les rapports des Congrès ont contribué à l'édification d'une science, sinon nouvelle, du moins renouvelée.

C'est cette expansion des théories de législation et d'économie coloniales qui a suscité la création d'offices chargés de centraliser et de vulgariser les informations relatives aux ressources des possessions françaises.

Notre organisation actuelle ne saurait être considérée comme définitive.

Aussi bien l'on s'est préoccupé depuis quelques années d'étudier les méthodes de colonisation étrangères, et surtout celles de l'Angleterre, dans l'intention d'emprunter à nos voisins tels de leurs errements qu'il serait possible et utile d'employer chez nous.

La question des agences coloniales s'est ainsi trouvée inscrite à l'ordre du jour, et traitée dans des journaux,

(1) V. notamment les publications éditées à l'occasion de l'Exposition de Marseille en 1906.

dans des revues, dans des conférences, et dans des documents parlementaires.

En 1905, M. Saint-Germain, sénateur, rapporteur du budget des Colonies, président du Conseil d'administration de l'Office colonial, a pris la direction d'une mission chargée d'analyser le fonctionnement des agences anglaises et de formuler des propositions en vue de réorganiser l'Office français.

Plus récemment encore M. Milliès-Lacroix, Ministre des Colonies, s'est rendu à Londres pour étudier sur place les différents rouages de l'organisation coloniale britannique.

D'autre part, les musées commerciaux étrangers, certaines institutions commerciales allemandes et italiennes, le Musée de Haarlem sont aujourd'hui assez bien connus en France.

Nous voudrions dans les pages qui vont suivre faire ressortir, au cours d'un exposé d'ensemble, les caractères essentiels des principales méthodes d'expansion coloniale actuellement appliquées, en insistant de préférence sur les procédés auxquels, à notre avis, nous pourrions avoir utilement recours.

I. Les institutions et la méthode anglaises.

Résumons tout d'abord rapidement l'organisation coloniale britannique telle qu'elle a été maintes fois décrite par les publicistes et par les conférenciers.

Les colonies anglaises peuvent être réparties en trois groupes :

1° Les colonies de la Couronne (Crown colonies) étroitement rattachées au Ministère des Colonies (Colonial Office). Ce sont les stations militaires ou commerciales, les colonies de plantations et les colonies africaines d'exploitation (Gibraltar, Malte, Aden, Hong-Kong, les Antilles, la Gambie, la Nigeria, Lagos, etc.).

2° Les colonies à gouvernement autonome (self-government) presque indépendantes des pouvoirs métropolitains, au triple point de vue politique, administratif et financier. Ce sont les colonies de peuplement, où l'afflux des émigrants a permis la constitution de peuples nouveaux attachés à leurs libertés. L'Angleterre y est représentée par des gouverneurs dont les pouvoirs ne sont guère que nominaux (tels sont : le Canada, Terre-Neuve, l'Australie, le Natal, le Cap, la Tasmanie).

3° Enfin l'Inde doit être mise à part à cause de son organisation administrative particulière (vice-roi muni de pouvoirs considérables) et de son rattachement à un Ministère spécial (India Office).

Par leurs productions, leurs ressources, la densité de leur population d'origine européenne, leur avenir, les colonies du deuxième groupe sont de beaucoup les plus importantes. Ainsi, la plus grande et la plus belle partie du domaine colonial britannique jouit d'une indépendance presque absolue. C'est là un fait qu'on doit toujours avoir présent à la mémoire quand on étudie le

système de représentation à Londres des colonies anglaises.

Cette représentation est assurée :

- 1° Par l'Impérial Institute ;
- 2° Par l'Emigrants Information Office ;
- 3° Par les Agences générales des colonies.

Nous mentionnerons également le Royal Colonial Institute, association privée qui fonctionne depuis plus de trente-cinq ans, et au siège de laquelle les coloniaux se réunissent pour discuter les questions qui les intéressent.

Impérial Institute.

Créé en 1887, à la suite des fêtes du premier Jubilé de la reine Victoria, qui attirèrent à Londres des représentants de toutes les possessions anglaises, l'Imperial Institute était destiné dans la pensée de ses fondateurs à devenir comme le temple de cette sorte de religion d'Etat qu'est l'impérialisme britannique. Il devait être, écrit M. Noufflard (1), « le Home, le Club de tous les enfants « de l'Empire de passage à Londres, en un mot, un « centre de ralliement pour les hommes, les idées et les « choses se rapportant à cette grande entité : l'Empire ». Cet espoir n'a été réalisé qu'en partie, le Royal Colonial Institute étant resté le lieu de réunion préféré des coloniaux.

(1) NOUFFLARD. Quelques institutions coloniales anglaises. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} mai 1901.

Mais l'Impérial Institute a reçu une autre mission : celle de faire connaître les possessions britanniques et de faciliter le développement de leurs relations commerciales avec la métropole.

Comment procède-t-il pour présenter d'une manière intéressante les productions exotiques ? Retenons cette description d'un visiteur de son exposition permanente :
« Chaque colonie occupe un espace déterminé et proportionné à son importance. Des cloisons à hauteur d'homme, confectionnées avec les différents types de bois d'ébénisterie du pays et percées de larges baies, servent à isoler chaque exposition, tout en permettant de communiquer librement d'un bout d'une galerie à l'autre et d'en prendre dès l'entrée une vue d'ensemble. Des vitrines-pupitres sont adossées contre les parois de ces cloisons et elles sont surmontées de placards très étroits divisés en une infinité de petits compartiments rectangulaires et permettant d'exposer, sous verre, dans l'espace le plus réduit possible, toute la variété des graines, des bois, des textiles végétaux du pays. Les collections plus encombrantes prennent place dans les vitrines-pupitres ou sur les étagères inférieures. Quelques objets ethnographiques, des cartes en couleurs, des photographies, parfois un plan en relief complètent l'exposition et la relèvent en lui donnant une note de couleur locale. »

Notons, en résumé, un classement pratique, le souci

(1) NOUFFLARD. *Loc. cit.*, p. 517.

de présenter un ensemble clair et de ne pas négliger le côté attractif.

Auprès de l'exposition permanente fonctionnent les laboratoires. Ce service, « le plus vivant de l'Imperial Institute », est administré par un directeur assisté de plusieurs préparateurs et d'un comité consultatif technique et commercial où sont représentés le monde de la science et celui des affaires. Il est chargé d'effectuer des recherches sur l'utilisation des produits qui lui sont adressés, soit spontanément, soit sur sa demande, par les gouvernements coloniaux, ou qui lui ayant été remis par des particuliers paraissent dignes d'attention.

Si les recherches sont suivies de bons résultats, l'Institut les signale par des articles insérés dans son journal et les mentionne, en outre, dans des notes particulières communiquées à tous ceux qui sont à même d'en tirer parti.

Pour donner une idée de la très grande variété des analyses faites et des rapports rédigés par l'Impérial Institute, M. Noufflard relève dans un catalogue de l'établissement les travaux « sur le tabac, l'opium, le jute, les
« gommes, les minerais de fer, le charbon, les graines
« alimentaires, les fibres, les bois, les produits tincto-
« riaux, les espèces médicinales, les caoutchoucs et gut-
« ta-perchas de l'Inde anglaise, les miels, les fibres, les
« feldspaths et le mica du Canada, les bois de la Guyane
« anglaise, de la Jamaïque et de Montserrat, les vins du
« Cap, les charbons de Terre-Neuve, les huiles oléagi-
« neuses de la Trinidad, les minerais de l'Afrique cen-

« trale anglaise et de la Nouvelle-Zélande, les huiles
« essentielles, les fibres et les charbons de la colonie de
« Victoria, les bois de la Tasmanie, les cotons et les
« cuirs des Nouvelles-Galles du Sud » (1).

Tous les produits qui figurent dans les vitrines de l'Exposition permanente sont, en somme, étudiés au point de vue de leurs applications économiques par les laboratoires. Les deux services se complètent et l'on comprend qu'on les ait réunis dans un même local. Ils contribuent tous deux dans une égale mesure à mettre en lumière les ressources des possessions britanniques.

Emigrants Information Office.

L'Office d'Information des Emigrants, fondé en 1886, est un service annexe du « Colonial Office » et présente à cet égard quelque ressemblance avec notre Office Colonial, qui dépend du Ministère des Colonies. Toutefois il se borne à donner des indications aux émigrants et n'intervient pas dans les questions commerciales.

On remarquera particulièrement le fonctionnement simple et pratique de cet établissement, la rapidité avec laquelle les renseignements y sont donnés. Le vieux proverbe anglais « Times is money » semble être la devise de l'institution.

Tout d'abord comment l'Emigrants Information Office se documente-t-il ?

(1) NOUFFLARD. *Loc. cit.*, p. 518.

Il est en relations suivies avec les agents des colonies ; il leur adresse périodiquement des questionnaires relatifs aux offres d'emplois, aux prix des denrées alimentaires, des logements, des terres, etc...

Ces renseignements, sans cesse mis à jour, lui permettent de renouveler tous les trois mois ses circulaires et de faire procéder chaque année à des éditions revues et corrigées de ses notices.

Ses publications sont nombreuses. L'Office des Emigrants s'attache, en effet, à éviter toute correspondance oiseuse, ce qui économise à la fois le temps de l'administration et celui du public.

Voici, à titre documentaire, la liste des brochures mises à la disposition des demandeurs, ainsi que leur prix.

Guides :

Canada.....	1 d.	(0 fr. 10)
Nouvelles Galles du Sud.....	—	—
Victoria.....	—	—
Australie du Sud.....	—	—
Queensland.....	—	—
Australie Occidentale.....	—	—
Tasmanie.....	—	—
Nouvelle-Zélande.....	—	—
Colonie du Cap.....	—	—
Natal.....	—	—

Chacun de ces guides contient une carte.

Notices :

Sur les Antilles (avec carte), 6 d. (0 fr. 60).

Sur Terre-Neuve (avec carte), 6 d. (0 fr. 60).

Sur Ceylan (avec carte), 1 d. (0 fr. 10).

Sur les Etats fédérés de Malésie (avec carte), 6 d. (0 fr. 60).

Notice sur les règlements relatifs à l'émigration, les transports d'émigrants, les Sociétés d'émigration, etc., 3 d. (0 fr. 30).

Signalons la modicité des prix auxquels sont vendus ces documents, et ajoutons que l'Office jouit de la franchise postale pour ses envois.

Tous ces opuscules sont connus du public, grâce à une affiche apposée dans les bureaux de poste et dans un grand nombre de bibliothèques populaires. Que de correspondances, que de demandes verbales inutiles sont ainsi évitées !

Le futur émigrant habite-t-il la province ? Connaissant le titre de la brochure dont il a besoin, il formule une requête précise et, par retour du courrier, reçoit satisfaction. Est-il à Londres ? l'accès de l'Emigrants Information Office est facile ; le bureau de renseignements donne de plain-pied sur la rue ; point d'attentes fastidieuses : trois employés expéditionnaires, installés derrière un comptoir, prennent instantanément dans des cases où elles sont rangées, les publications qu'on leur réclame, en reçoivent le prix, et le client repart satisfait.

A côté des notices consacrées aux différentes colonies, il faut citer le guide de l'émigrant et l'affiche trimestrielle.

Le *Guide de l'Emigrant*, ou livre des professions, a

pour but de renseigner les candidats aux emplois coloniaux sur les chances qu'ils peuvent avoir de trouver une place. Il abonde en détails précis, minutieux, indiquant aux solliciteurs leur existence future, les qualités qu'on exigera d'eux. Chose à remarquer, il évite de donner des informations qui puissent convenir à tout le monde ; chaque profession y est étudiée à part : « Les Anglais, » dit M. Saint-Germain dans le rapport sur sa mission « à Londres, ne comprennent pas, en effet, qu'il puisse « exister des gens sans spécialité, et en cela ils n'ont pas « tort ; nous savons, du reste, que les gens qui se disent « prêts à faire n'importe quoi, ne sont généralement « bons à rien. Les Anglais, gens pratiques, ne s'occupent « pas des non-valeurs. »

Pour chaque profession, le guide indique les conditions d'admission à l'emploi, les règlements et textes des lois, s'il y a lieu, le chiffre des salaires, etc... En somme, il est rédigé de façon à éviter à l'Office l'obligation de répondre quotidiennement à de multiples demandes qui ne sauraient recevoir une suite utile.

L'institution retire un avantage analogue de l'apposition, dans tous les bureaux de poste de l'Angleterre, d'une affiche trimestrielle. Ce document, sorte de sommaire des renseignements contenus dans les circulaires et notices, fait connaître, d'une part, les différents avantages qu'accordent les colonies au point de vue des passages, et, d'autre part, les débouchés qu'elles offrent aux travailleurs. Ici encore, les observations sont sérieées de manière à s'appliquer aux diverses catégories d'émigrés.

grants (agriculteurs et autres, munis de capitaux, ouvriers de ferme, ouvriers d'industrie, manœuvriers et terrassiers, mineurs, femmes de service, employés de commerce, etc.).

Ainsi instruit par avance d'une foule de choses qu'il ignorait, le correspondant de l'Emigrants Information Office ne formule plus dans ses lettres que des interrogations relatives à des questions de détail ; les réponses qu'il reçoit n'ont jamais, dans ces conditions, l'aspect de ces phrases-types banales par lesquelles un bureau se débarrasse d'affaires sans intérêt ; on lui épargne et les formules et les retards.

Fait digne d'attention : le budget de l'Emigrants Information Office ne s'élève qu'à une quarantaine de mille francs. On peut dire que le service emploie intelligemment la subvention que l'Etat lui alloue chaque année.

Agences générales des Colonies.

Ces agences sont incontestablement les institutions coloniales les plus caractéristiques et les plus curieuses de l'Angleterre.

Toutes les possessions britanniques, sauf l'Inde, qui est rattachée à un ministère spécial, ont, à Londres, des agents investis de fonctions très étendues (administratives, financières et commerciales).

Toutefois, il est indispensable de faire ici encore une distinction entre les colonies de la Couronne et les colonies autonomes.

Les premières sont représentées par le « Crowns agent's Office for the Colonies ». Cet Office est dirigé par trois agents de la Couronne (à la nomination du sous-secrétaire d'Etat des Colonies), qu'assistent des ingénieurs, des inspecteurs, des banquiers, des avocats, des courtiers. Il négocie les emprunts, passe les marchés, effectue des achats de matériel pour le compte des colonies. C'est en somme un organisme administratif, au fonctionnement duquel le Colonial Office doit l'avantage d'être débarrassé d'une foule d'affaires encombrantes qui, s'il consentait à les traiter, ferait de lui, à certains égards, un service d'exécution des gouvernements locaux.

Un avantage analogue résulterait, pour notre Ministère des Colonies, de la création d'une Agence générale. Nous ne saurions insister sur cette intéressante réforme sans risquer de faire sortir notre étude de son cadre économique ; mais nous renvoyons nos lecteurs au projet de loi portant création d'une Agence générale des Colonies, que M. Milliès-Lacroix a déposé sur le bureau de la Chambre des députés.

Les agences des colonies autonomes, dont le rôle, en matière de colonisation, est considérable, doivent, par contre, retenir longuement notre attention.

Rappelons sommairement qu'au point de vue politique elles jouissent d'une très grande indépendance. M. Saint-Germain écrit : « Les agents généraux ont, en « vérité, une situation assez bizarre. Ils ne sont pas des « ministres plénipotentiaires, puisqu'ils représentent,

« en fait, des possessions britanniques ; et, cependant,
« leur rôle est équivalent à celui de véritables diplo-
« mates : c'est fort justement que M. Chamberlain a pu
« dire d'eux qu'ils étaient les ambassadeurs de la plus
« grande Angleterre. Ils ont à défendre les intérêts de
« la colonie, à représenter leur gouvernement auprès
« — non pas du « Colonial Office », — mais du gouver-
« nement anglais lui-même (1)... »

Ajoutons qu'indépendamment de leur rôle politique, ils sont chargés de procéder, au nom des Etats qu'ils représentent, à des opérations d'emprunt, à des achats importants.

Mais surtout, ils sont d'admirables organisateurs de l'émigration, et c'est en cela qu'ils nous intéressent le plus.

Comme il serait inutile d'exposer en détail le fonctionnement de toutes les agences qui, à peu de choses près, emploient les mêmes procédés de propagande, nous nous contenterons de consacrer quelques développements spéciaux à l'Agence générale du Canada.

Le « Dominion » entretient, à Londres, un Haut Commissaire, qui a sous ses ordres des agents dans plusieurs villes anglaises (Liverpool, Cardiff, Glasgow, Dublin, Dumfries, etc...) et dans la plupart des pays étrangers. En outre, des inspecteurs sont chargés de vérifier l'ac-

(1) M. SAINT-GERMAIN. Rapport sur sa mission à Londres, p. 18.

tivité déployée et les résultats obtenus par les agences spéciales.

Quels sont les moyens de propagande employés ?

Le Haut Commissaire à Londres préconise, dans l'un de ses rapports (1), l'apposition d'affiches dans les foires, dans les marchés et dans tous les centres de réunion des agriculteurs, les leçons des instituteurs dans les écoles publiques, les conférences, les expositions de produits canadiens, et surtout une publicité aussi considérable que possible par les brochures, par les journaux, par les cartes postales.

Dans cet ordre d'idées, l'œuvre accomplie par l'Agence générale du Canada est vraiment étonnante. M. Le Chatelier signale (2) qu'en une seule année, le gouvernement canadien a, selon le rapport du superintendant de l'Emigration, à Ottawa, publié, pour être distribués, les documents suivants :

TITRES	NOMBRE DE PAGES	NOMBRE D'EXEMPLAIRES
<i>L'Ouest Canadien</i>	77	100.000
<i>Opinion des colons et rapports des délégués</i>	141	30.000
<i>Vues du Canada</i>	80	10.000
<i>Atlas descriptif du Canada</i>	10	200.000
<i>Atlas descriptif du Canada</i> (relié)...	»	885
<i>Le Manitoba</i>	52	15.000

(1) V. LE CHATELIER. *Questions d'économie coloniale. Lettres à M. Eug. Etienne*, p. 49.

(2) *Loc. cit.*, p. 75.

TITRES	NOMBRE DE PAGES	NOMBRE D'EXEMPLAIRES
<i>Le district de la Saskatchewan</i> ..	4 feuille	5.000
<i>Brochure suédoise</i>	87	100.000
<i>Les Merveilles de l'Ouest canadien</i> .	31	35.000
<i>Dix minutes de causerie</i>	64	30.000
<i>Le Petit Russe</i>	30	3.000
<i>Scènes de la vie fermière</i> (chromos).	paires	3.765

Soit au total 442.650 exemplaires.

« A ce nombre il faut ajouter 187.500 exemplaires de
« périodiques (journaux et revues) contenant des arti-
« cles sur le Canada, puis d'autre part :

« 8.500 lots de brochures et cartes distribuées par
« l'Office d'Ottawa en réponse à des demandes reçues
« directement ;

« 35.463 paquets de quatre brochures et cartes en ré-
« ponse aux listes d'adresses transmises par les agents
« du Canada aux Etats-Unis ;

« 237 colis, comprenant 581.507 exemplaires de bro-
« chures et cartes, envoyés aux agents du Canada en
« Amérique et en Europe ;

« 65.000 exmplaires d'une brochure spéciale : *En
« allant dans l'Ouest canadien* ».

« Au total, les distributions et commandes atteignent
« bien près de 1.500.000 exemplaires » (1).

La propagande en faveur du Canada ne résulte pas
seulement de la distribution des notices, guides, gra-

(1) LE CHATELIER. *Loc. cit*

vures, atlas ; elle s'exerce aussi, conformément aux instructions du Haut Commissaire, au moyen d'expositions dans les foires et marchés, de lectures et de concours scolaires, de conférences.

Chaque agent emploie du reste les moyens qu'il estime devoir le mieux réussir dans sa circonscription. Il produit périodiquement des rapports dans lesquels il rend compte de ses efforts et des résultats acquis. Ces rapports joints à ceux des inspecteurs d'agences constituent des documents des plus intéressants dans lesquels on peut suivre année par année le mouvement de l'émigration européenne vers le Canada.

Il serait difficile de trouver une organisation plus intelligemment adaptée aux circonstances.

Aussi, ne s'étonne-t-on pas de voir le Canada recevoir en une seule année 30.000 émigrants dont 10.000 seulement proviennent du Royaume-Uni, tandis que 20.000 sont originaires des autres pays européens.

Il faut dire que le Haut-Commissaire du Canada est activement secondé par un grand nombre de Sociétés privées ; mais cette collaboration étroite de l'administration et d'associations dirigées par des particuliers n'est-elle pas une preuve nouvelle du sens pratique de nos voisins ?

M. Le Chatelier relève dans le Rapport de l'agent d'immigration de Québec (1) les noms des Sociétés suivantes :

(1) LE CHATELIER. *Loc. cit.*, p. 88.

Société du Docteur Barnado, à Londres.

The Canadian Catholic Emigration Society, à Londres.

United British Women's Emigration, à Londres.

Liverpool Catholic Children's protection Society, à Liverpool.

Home of Industrie, à Londres.

Church of England Waifs and Strays Association, à Londres.

Bristol Emigration Society, à Bristol.

Kibbe Farm School, en Ecosse.

Philanthropic Society Farm School Surrey.

Children's Aid Society, à Londres.

Sheltering home, à Liverpool.

D'autres Sociétés ou Comités établis dans la colonie même se chargent de protéger l'immigrant nouvellement arrivé.

Pour recueillir sur les services réels que rendent ces associations des renseignements assez étendus, on peut consulter l'*Annual Report of the Department of the Interior*. Ce document, publié par le Gouvernement d'Ottawa contient une longue série de rapports émanant des agents d'émigration et d'immigration. On peut avoir ainsi une idée complète de l'organisation ingénieuse qui a permis à l'Angleterre de créer dans ses plus lointaines possessions des agglomérations de populations très importantes.

On constatera que les procédés employés par les agents anglais s'inspirent du réel souci de traiter le

demandeur de renseignements comme un client qu'il faut séduire, parce qu'il peut un jour apporter dans la colonie un capital, un concours nouveau.

Qu'on s'adresse aux offices de la Tasmanie, de la Victoria, du Queensland, on recevra sans retard avec une lettre aimable, plusieurs des publications suivantes :

Manuel de la Tasmanie.

Guide des Terres de la Couronne de Tasmanie (un volume avec cartes et photogravures).

Brochure sur l'industrie minière en Tasmanie.

Victorian Year Book (énorme volume de 1.500 pages).

Queensland Official Year Book (plus de 400 pages et des cartes).

Guide au Queensland.

Des albums, des cartes, etc., etc.

Toutes ces publications sont rédigées d'une manière pratique. On y trouve des notes brèves mais substantielles sur les différentes régions de production, sur les lignes de navigation et de chemins de fer, les institutions locales d'assistance, l'existence coloniale, les concessions.

Le texte est accompagné de gravures et de cartes. Les cartes des terres concédées sont particulièrement utiles au futur émigrant qui, sans perte de temps, apprend dans quelle région il peut s'établir, les cultures qu'il y peut entreprendre, le capital dont il devra disposer, le prix de la main-d'œuvre, du logement ; bref, il sait en

quelques heures tout ce qu'on peut connaître d'un pays qu'on n'a pas vu.

Nous avons en France de grands progrès à réaliser pour acquérir cet habile savoir-faire.

II. *Les Méthodes allemandes*

Entre les méthodes d'expansion économique d'une vieille puissance coloniale comme l'Angleterre et celles du nouvel Empire d'Allemagne, la différence est naturellement sensible.

La Grande-Bretagne, maîtresse depuis longtemps de vastes débouchés commerciaux, ne s'est plus préoccupée que d'augmenter, par un peuplement intensif, la richesse et, par conséquent, les facultés d'achat de ses possessions. L'Allemagne, venue une des dernières dans les rangs des nations colonisatrices, n'a pas tardé, par suite de l'accroissement de sa population et de sa production industrielle, à se sentir à l'étroit dans ses frontières.

Faute de territoires vacants où elle pût envoyer ses émigrants (1), elle a colonisé en pays étrangers. Elle l'a fait, du reste, avec une extrême habileté. Aussi, ses méthodes commerciales qui, dans une mesure à déterminer, peuvent être utilisées par tous les pays neufs ou

(1) Le Cameroun, le Togo, l'Afrique orientale allemande ne sont pas des colonies de peuplement.

en voie de transformation, méritent-elles, au même titre que les méthodes anglaises de colonisation proprement dites, d'être données en exemple à nos offices économiques.

Nous avons déjà mentionné l'activité que déploient les maisons allemandes pour avoir des représentants dans le monde entier. Bornons-nous ici à parler de leur action collective.

Cette action s'exerce au moyen d'associations privées (Export-Musterlager et Export-Verein) et de musées dépendant des Chambres de commerce.

Les Export-Musterlager (2) sont des dépôts d'échantillons constitués en vue de l'exportation. Un certain nombre de négociants et d'industriels d'une région s'associent en vue de faire connaître, à frais communs, aux acheteurs étrangers ou aux commissionnaires allemands les produits de cette région.

A cet effet, une exposition permanente est organisée. Pour en assurer le bon fonctionnement, tout adhérent paye une cotisation proportionnelle à l'emplacement qu'il occupe. Les sommes ainsi recueillies arrivent à couvrir largement les frais de location, d'aménagement intérieur et de personnel. L'excédent des recettes est employé en dépenses de publicité (correspondances, affiches, réclames, éditions d'un catalogue en plusieurs langues, etc.).

(2) Il existe des Export-Musterlager à Stuttgart, Hambourg, Francfort, Cologne, Manheim.

Les produits, présentés de manière à attirer le regard et à retenir l'attention, sont renouvelés assez fréquemment.

Le remaniement des collections est facile puisque chaque exposant prend soin lui-même d'envoyer périodiquement des échantillons.

Parfois, l'Export-Musterlager crée des agences filiales à l'étranger dans les principales villes. Mais il reste avant tout une exposition locale. Les voyageurs de commerce, assurés d'y trouver des spécimens des produits originaires de toute une région, lui rendent volontiers visite.

Par l'intermédiaire de l'Association s'engagent des relations qui se continuent ensuite directement entre les producteurs et les exportateurs.

A côté des Export-Musterlager fonctionnent des Export-Verein, ou Unions pour l'exportation « formées « en vue du développement de la colonisation et du « commerce extérieur ».

Ces Unions atteignent leur but en allant trouver le client colonial ou étranger chez lui ; elles établissent des agences de placement de produits et les mettent en mesure de faire une incessante réclame. Les frais qu'entraînent de telles organisations, étant supportés par un grand nombre d'adhérents, sont facilement recueillis. La cotisation qu'ont à payer les membres de l'Export-Verein de Dresde, ne s'élève qu'à 20 marks. Moyennant cette somme insignifiante, les commerçants et industriels

associés sont certains que leurs maisons bénéficient d'une propagande habile dans cent villes importantes appartenant à tous les pays du monde. Cette réclame est faite d'autant plus activement qu'elle est intéressée ; en effet, toute affaire traitée par l'intermédiaire de l'Union rapporte à celle-ci une commission, minime d'ailleurs, mais suffisante pour entretenir le zèle des agents commerciaux.

Les Agences distribuent annuellement quelques milliers de catalogues en plusieurs langues, et d'albums. Elles procèdent, en outre, sur demandes spéciales et à titre onéreux, à des enquêtes économiques.

En somme, elles secondent singulièrement les efforts des agents consulaires de l'Empire, en incitant les commerçants allemands à se mettre en relations avec les marchés extérieurs. Telle maison, en supposant qu'elle dispose de sommes suffisantes pour envoyer en cent endroits différents des échantillons et des catalogues, hésiterait à consentir tant de sacrifices en vue d'obtenir un résultat problématique. Toutes ses hésitations sont levées si la quote-part de dépenses qu'on met à sa charge est quantité négligeable.

Venons-en aux Musées commerciaux de Berlin, de Hambourg, de Francfort, de Brême.

A la différence des institutions rappelées ci-dessus, ces établissements, tous à peu de chose près semblables, ne traitent pas d'affaires. Ils sont destinés à guider la fabrication allemande en lui montrant des articles étrangers vendus sur les marchés extérieurs.

Ils apprennent également à l'industrie germanique dans quelles régions elle trouvera à meilleur compte les matières premières.

Des bureaux de renseignements, annexés au Musée, se tiennent à la disposition des commerçants.

En résumé, les Musées commerciaux, les Export-Mustergesellschaft et les Export-Verein concourent à un but commun : donner au producteur allemand toutes les armes nécessaires pour combattre avec succès ses rivaux. A cet effet :

1° Lui faire connaître ce qui plaît à la clientèle, et les moyens de le fabriquer économiquement ;

2° Faciliter le placement des produits en groupant les commerçants et en leur permettant de s'assurer une grande publicité à prix très réduits.

Cette excellente organisation a contribué à l'expansion économique de l'Empire allemand. Nous aurons à examiner les bénéfices que nos Agences coloniales pourraient retirer de son étude détaillée.

Au point de vue spécialement colonial, les Allemands, en raison de l'importance médiocre de leurs possessions lointaines, ne sauraient posséder des institutions particulièrement originales.

Cependant, leur ténacité, leur esprit de suite et de solidarité habituels se retrouvent dans leur œuvre de propagande coloniale.

La grande association qui dirige le mouvement colonial allemand, c'est la Deutsche Kolonialgesellschaft. En apparence, elle ne diffère pas de nos comités colo-

niaux qui exercent une influence à la fois politique et économique. Mais ce qui la caractérise tout d'abord, c'est le nombre considérable de ses adhérents.

Cette tendance des Allemands à faire participer le public à toute œuvre intéressant la grandeur de l'Empire est tout à fait remarquable.

On sait quels services la Seeverein a rendus dans leur pays à la cause maritime. La Deutsche Kolonialgesellschaft marche sur les traces de son aînée.

D'autre part, en même temps qu'elle a étendu son action, elle s'est attachée à lui donner un caractère méthodique et pratique. A cet effet, elle s'est annexé en 1901 un Comité de recherches qui est également un office de renseignements : le Kolonial Wirtschaftliches Komitee, dont la fondation remonte à 1890.

Composé de professeurs et de savants, ce comité a été constitué en vue d'étudier scientifiquement les questions relatives au développement des ressources agricoles des colonies et à leur utilisation industrielle ; de recueillir des indications sur le sol des colonies ; d'envoyer des graines et des semences dans des possessions allemandes ; de renseigner les émigrants sur la situation économique des pays d'outre-mer ; de participer aux expositions coloniales et à la constitution de musées coloniaux scolaires. Il publie, pour vulgariser les renseignements dont il dispose, le *Tropenpflanzer*, journal d'agriculture tropicale, et le *Kolonial Handels Adressbuch*, annuaire du commerce colonial.

La Deutsche Kolonialgesellschaft publie également

un journal intitulé *Deutsche Kolonialzeitung* et une revue, la *Zeitschrift für Kolonialpolitik, Kolonial Recht, und Kolonialwirtschaft* (Revue de politique, de droit et d'histoire coloniale) (1).

Reconnaissant les services rendus par la Société coloniale allemande, le Gouvernement impérial l'a autorisée en 1902, à ouvrir un bureau spécial de renseignements pour les émigrants, auquel il accorde une subvention.

Ce bureau ne se contente pas de répondre aux demandes écrites ou verbales. Il fait une propagande assez active au moyen de notices : guides de l'émigrant, l'Argentine, le Chili, le Canada, le Mexique, le Brésil, le Paraguay, l'Australie, les Etats-Unis.

Les émigrants y sont informés des conditions auxquelles ils peuvent s'établir dans ces pays.

Dans un rapport adressé en 1902 au Ministre des Affaires étrangères, M. Bihourd, ambassadeur de la République française à Berlin, analyse sommairement le contenu de ces opuscules pratiques.

Par exemple, au Brésil, pour 2 ou 3.000 marks, on

(1) Il faut mentionner la propagande du Kolonial amt, c'est-à-dire de l'Administration centrale des colonies allemandes.

Cette administration fait paraître la *Deutsches blatt*, qui s'intitule elle-même « feuille officielle pour les Protectorats en Afrique et dans les mers du Sud ». Cette publication est accompagnée parfois de suppléments scientifiques, de « Communications des explorateurs et savants sur les Protectorats allemands ».

Le Kolonial amt édite aussi un Rapport annuel très volumineux.

peut, en s'adressant à la « Société transatlantique de colonisation » d'Hambourg, s'établir dans les régions dont cette Société est propriétaire dans l'Etat de Santa-Catarina. Au Rio Grande do Sul, il sera possible d'obtenir des terres dans les propriétés du Docteur Meyer, de Leipzig. Un capital d'un millier de marcks suffira au nouveau venu dans cette dernière région. L'Etat même du Rio Grande do Sul accorde des concessions de 25 hectares moyennant 500 marks payables dans un délai de cinq ans. Il est recommandé aux émigrants d'éviter les centres polonais et italiens, où les Allemands seraient mal accueillis.

Au Canada, les agriculteurs allemands disposant d'un capital de 3 à 5.000 marks trouveront aisément à s'employer dans les plaines du Manitoba. Mais on leur rappelle qu'ils perdront rapidement leur nationalité et leur langue.

Au Mexique, on met en garde les Allemands contre la concurrence américaine et française.

Par contre, on engage les émigrants à se rendre en République Argentine et au Chili. En Argentine, grâce à un système de colonisation d'après lequel l'acheteur paie comptant un quart du prix de sa terre et jouit d'un crédit de six ans pour verser le complément, 2 à 3.000 marks suffisent pour les débuts.

Pour le Chili, l'Agence générale chilienne d'émigration, dont le siège est à Paris, transporte les émigrants à prix réduits dans les différentes parties du territoire de la République (la Patagonie exceptée) ; « chacun

« d'eux reçoit gratuitement 40 hectares au Sud du
« fleuve Bio-Bio ; on exige seulement qu'il soit bon cul-
« tivateur et qu'il possède au moins 800 marks.

« La colonisation allemande serait si prospère dans
« le Sud du Chili qu'on désignerait souvent ces régions
« sous le nom de Kleindeutschland, Petite Allemagne.

« En dehors des agriculteurs, le *Guide de l'Emi-*
« *grant* n'encourage que les ouvriers, qui pour réussir
« doivent bien connaître leur partie et apprendre la
« langue du pays. Les ouvriers de fabriques et les mi-
« neurs auront à lutter contre les Italiens qu'on trouve
« partout et qui travaillent à meilleur compte. '

« Les négociants doivent chercher d'abord une place
« avant d'émigrer ; mêmes observations pour les pro-
« fessions libérales. »

Quant aux femmes qui veulent se placer au loin, elles
trouveront au « Letté » et au « Frobel », à Berlin, deux
institutions admirablement dirigées qui s'occuperont
d'elles.

Le service de l'émigration est du reste parfaitement
organisé. « Le *Guide* recommande naturellement aux
« émigrants de ne prendre que des paquebots alle-
« mands, mais avant l'embarquement il leur donne
« l'adresse d'un grand nombre d'auberges d'émigrants,
« concédées à des hôteliers de Hambourg et de Brême
« et qui les logent à des prix variant de 1 marck 60 à
« 2 marks 50 par jour. Il y a à Brême cinquante-trois
« de ces hôtels spéciaux, et il existe également au Rio
« Grande et en Argentine des établissements ou tout au

« moins des fondations, laïques pour la plupart, qui accueillent l'Allemand dépaycé, l'entourent et le protègent. »

Avant de quitter l'Allemagne, nous ne dirons plus que quelques mots de l'Institut Colonial de Hambourg, qui vient d'être inauguré. Cet établissement n'est pas seulement une sorte d'Université coloniale (1). Il admet à suivre ses cours, à côté d'anciens élèves des écoles d'enseignement supérieur, les commerçants et les industriels qui ont exercé pendant trois ans au moins leur profession. Aux auditeurs de cette deuxième catégorie, l'Institut apparaîtra sans doute un peu comme un office de renseignements.

Pour résumer brièvement une impression d'ensemble sur toutes ces institutions allemandes nous répéterons volontiers qu'on y distingue « un rythme méthodique dans la succession des efforts » (2). Au Comité technique succède la Société populaire. C'est dans ce sens qu'on parle souvent de la méthode scientifique allemande. Il ne faut pas oublier que dans cette méthode scientifique nos voisins voient le plus sûr moyen d'obtenir des avantages pratiques.

(1) On trouvera à la Bibliothèque de l'Office colonial une brochure toute récente, contenant le programme des cours de l'Institut colonial de Hambourg et les noms des professeurs.

(2) LE CHATELIER. *Questions d'économie coloniale*, p. 13.

III. *Les méthodes commerciales et la réglementation de l'émigration en Italie*

Il nous a paru intéressant de rapprocher des méthodes d'expansion économique de l'Allemagne, celles de l'Italie.

Les deux nations se sont trouvées, à plus d'un point de vue, dans des conditions analogues.

Elles n'ont réalisé leur unité politique que dans la seconde moitié du XIX^e siècle, et tout d'abord ont consacré leurs principaux efforts à consolider cette unité en la faisant reposer sur une base solide. Leur armée de terre et leur marine, une fois organisées, elles se sont lancées avec ardeur dans l'âpre lutte économique.

Une même nécessité les a fait tourner leurs vues vers les marchés extérieurs. Incapables de nourrir des populations qui s'accroissent rapidement dans des proportions remarquables, et privées de possessions où leurs émigrants pussent se rendre, l'Allemagne et l'Italie ont cherché à s'établir en pays étrangers. Elles ont dû, si l'on nous permet une expression un peu brutale, « exporter de l'homme ».

De tels pays sont admirablement outillés pour inonder le monde de leurs produits. Quels meilleurs représentants sauraient-ils avoir au dehors que leurs nationaux ? le rôle de la métropole se réduit à diriger de préférence l'émigration vers les contrées où les expatriés trouveront une vie plus facile, et à fournir aux colonies commerciales ainsi fondées les types de marchandises conformes aux goûts de la clientèle locale.

Nous avons vu qu'en Allemagne ce rôle est assumé par des organisations privées (Deutsche Kolonialegesellschaft, Export-Musterlager, Export-Verein, Musées commerciaux). En Italie, nous retrouvons bien à Turin, à Palerme, à Milan, quelques Musées rattachés aux Chambres de commerce, mais il ne semble pas que ces établissements diffèrent de ceux de même genre existant dans les autres pays et qu'ils méritent une étude particulière.

Par contre, quelques institutions officielles ou demi-officielles retiendront notre attention : tout d'abord, les agences commerciales italiennes à l'étranger.

Le Ministère du Commerce a créé, dans différentes villes étrangères, des agents placés sous la surveillance des légations italiennes et chargés d'être les intermédiaires entre le négoce local et les producteurs d'Italie. Les directeurs de ces établissements ne touchent pas de traitement, mais bénéficient de subventions annuelles. Ces allocations peuvent, du reste, leur être retirées, en cas de mauvaise gestion.

Les agences reçoivent en dépôt, pour les exposer, des échantillons accompagnés de toutes indications commerciales utiles. Elles ne se bornent pas à attendre l'acheteur ; elles ont un intérêt immédiat à faire conclure aux dépositaires autant d'affaires que possible, car elles retiennent une commission de 2 0/0.

Moyennant les avantages qui leur sont accordés, elles prennent à leur charge les dépenses de l'exposition et s'engagent à fournir gratuitement aux producteurs de

la métropole, tous les renseignements que ces derniers sollicitent.

Après les agences, il faut citer les stations permanentes spéciales. M. Le Chatelier, dans ses « Questions d'économie coloniale », note, parmi les plus importantes, les stations œnotechniques dont les titulaires « enotecnici governati », sont chargés de développer le placement des « vins italiens, en en surveillant la livraison, et en vérifiant leur qualité par examen et même analyse chimique. Il existe des stations à Zurich, Berlin, Trieste, Vienne, Buenos-Ayres et New-York. En 1876, l'importation des vins italiens aux Etats-Unis ne dépassait pas 200.000 francs. Elle a atteint 1.850.000 francs en 1901, avec un progrès de près de 1.400.000 francs pour la deuxième décade » (1).

M. Le Chatelier ajoute, après avoir donné ces chiffres : « N'oublions pas que les vins italiens commencent à prendre position contre les nôtres, par les mêmes procédés qui ont permis au Danemark de nous supplanter sur les marchés anglais du lait, du beurre et des œufs. »

Ces procédés qui ont donné de tels résultats, ne serait-il pas bon de les enseigner à nos producteurs algériens ?

En ce qui concerne l'émigration, l'Italie a été amenée à prendre des mesures destinées à guider et à protéger ceux de ses nationaux qui vont chercher, loin de la patrie, leurs moyens d'existence.

(1) LE CHATELIER. *Questions d'économie coloniale*, p. 36.

Ces dispositions sont contenues dans la Loi du 31 janvier 1901, n° 23, sur l'émigration, suivie d'un décret réglementaire du 10 juillet 1901, numéro 375, modifié par le décret numéro 540 du 11 décembre 1902 (1).

Nous ne pensons pas devoir entrer dans les détails de cette organisation qui ne saurait jamais avoir d'équivalent en France. En voici les dispositions d'ensemble (2).

La protection des émigrants s'exerce :

1° Dans les localités où le mouvement prend naissance ;

2° Dans les ports d'embarquement et à bord des vapeurs qui font le service de la traversée de l'Océan ;

3° Dans les pays d'immigration et de colonisation.

Dans les communes d'origine des partants, la loi a institué des comités locaux (*comitati mandamentali o comunali*) chargés de distribuer des notices pratiques et de prodiguer leurs bons conseils.

Dans les ports, les émigrants trouvent l'assistance d'inspecteurs spéciaux (*ispettori di emigrazione*). Lorsqu'ils doivent attendre le paquebot quelques jours durant, ils sont logés dans des refuges aménagés *ad hoc*, ou à défaut dans des locaux placés sous la surveillance de l'autorité politique.

(1) Publiées dans la *Gazeta Ufficiale* ; dans une brochure du Ministère des Affaires étrangères (*Commissariat de l'Emigration*) ; dans le *Bollettino dell' Emigrazione*, année 1902, n° 3.

(2) *Bollettino dell' Emigrazione*, n° 1. Notizie intorno alla esecuzione della legge e del regolamento sull' emigrazione.

échappent au contrôle de l'administration centrale, n'ont pas à tenir compte de règlements aussi restrictifs que nos décrets sur la comptabilité publique ; on sait qu'au vu et au su de tout le monde, ils brassent des affaires et touchent des commissions sur les emprunts qu'ils négocient.

Il n'a jamais été question de faire de notre Agence Générale des Colonies une copie des Agences Générales anglaises. Laissons donc à l'organisation projetée le soin de s'occuper des emprunts, des marchés, des achats, du personnel en congé, et conservons à l'Office son rôle économique, en donnant, toutefois, une impulsion nouvelle à cette institution.

Sur quel point les réformes peuvent-elles porter ?

Pour mettre de l'ordre dans la discussion, nous distinguerons une nouvelle fois entre les méthodes de colonisation proprement dites et les méthodes commerciales.

A. Propagande en faveur de la colonisation proprement dite :

Dans le choix des procédés propres à assurer cette propagande, il semble que les Anglais aient excellé, puisqu'ils ont pu mettre en valeur des territoires immenses. Mais d'un examen, même superficiel de leur organisation coloniale, il ressort, nous l'avons vu, que leur système des agences générales des colonies n'a, chez nous, qu'un avenir limité. Seule la Tunisie paraît pouvoir un jour posséder son haut commissariat, parce que, seule, elle jouit d'une certaine indépen-

dance. L'Algérie, bien qu'elle soit dans une situation économique analogue à celle des possessions britanniques autonomes, ne peut, nous l'avons dit, être comparée à ces dernières.

Nous n'insisterons donc pas sur certaines particularités de l'organisation anglaise, concernant le rôle politique et administratif des agents généraux.

Mais les procédés de documentation pratique et de propagande auxquels nos voisins ont recours très largement, ne pourraient-ils être acclimatés chez nous ?

Comment l'Emigrants Information Office se renseigne-t-il ? en se tenant en rapports constants avec les agences.

Or, notre Office Colonial en est souvent réduit, lorsqu'il veut se documenter, à se contenter de moyens de fortune. Il recueille les rapports qu'on veut bien lui envoyer, interroge, au passage, des coloniaux en congé qui se rendent dans ses bureaux, consulte, s'il est nécessaire, les administrations locales, ce qui entraîne des retards souvent considérables.

Pour remédier à l'inconvénient signalé, il serait bon, sans doute, de détacher régulièrement, à l'Office, des fonctionnaires représentant nos différentes possessions. Ces « délégués » rendraient, au point de vue économique, les mêmes services que les agents anglais (1).

(1) Pour les Offices de l'Algérie et de la Tunisie la question ne se pose pas. Les relations postales entre la Métropole et l'Afrique du Nord sont fréquentes ; les Directeurs de l'Agricul-

A la suite de sa mission à Londres, en 1905, M. Saint-Germain, sénateur, président du Conseil d'Administration de l'Office Colonial, a instamment préconisé cette réforme dans son rapport au Ministre des Colonies.

« De pareils agents, écrit-il, doivent être choisis, cela
« va sans dire, par les gouvernements locaux des colonies, en dehors de toute question d'amitié ou de faveur, uniquement pour leurs qualités professionnelles. Ils devront être pris parmi les plus expérimentés, mais aussi les plus actifs, car il ne faudrait
« à aucun prix que l'Office devint une maison de retraite pour les fonctionnaires invalides des colonies. Trois grands groupements géographiques pourraient être formés, qui comprendraient nos possessions d'Afrique, d'Asie, d'Amérique et d'Océanie.....

« Les représentants des colonies ainsi détachés à Paris auraient leur traitement assuré par la colonie qui les auraient délégués, mais ils seraient placés sous l'autorité du directeur de l'Office Colonial, car, s'il est nécessaire de spécialiser les services, il est tout aussi indispensable d'avoir une unité de direction, de vue et de méthode.

ture et du Commerce d'Alger et de Tunis renseignent facilement les deux services. Ceux-ci du reste, ont à leur tête et comptent dans leur personnel permanent des fonctionnaires qui ont séjourné en Algérie et en Tunisie. Il ne peut guère en être de même d'un Office qui représente plusieurs colonies à la fois.

« Il ne saurait, en aucun cas, du reste, être question de
« créer, pour chaque colonie, une agence spéciale indé-
« pendante. L'Office restera toujours l'organe centrali-
« sateur... »

Une autre réforme qu'il paraît utile de réaliser, c'est le groupement du Jardin Colonial et de l'Office Colonial.

Les Anglais se sont bien gardés de séparer l'Exposition Permanente des produits coloniaux et le Service des Renseignements commerciaux qui s'y rattache, du Service des Laboratoires. En effet, les deux sections se complètent, l'une donnant des renseignements sur la vente des produits, l'autre étudiant leur utilisation économique.

Chez nous, il est souvent difficile, à l'occasion d'une demande de renseignements, de départager nettement les attributions du Jardin et celles de l'Office. En réunissant sous une direction unique les deux établissements, on réaliserait des économies de temps et d'argent.

Assurer à l'Office Colonial la possibilité de se documenter vite et bien, c'est beaucoup déjà, mais ce n'est pas tout. Il faut que l'institution vulgarise, dans une large mesure, les indications qu'elle recueille.

Dans cet ordre d'idées, l'Office a pour premier devoir de se faire connaître. Il n'a pas encore assez, jusqu'ici, employé les moyens de publicité, qui ont donné de si bons résultats aux agences anglaises et à l'Emigrants Information Office.

Tout au plus, l'hiver dernier, a-t-il annoncé, par voie

d'affiches, ses conférences gratuites. Il serait bon que l'établissement consacraît désormais quelques crédits à la toute puissante réclame.

M. Saint-Germain dans son Rapport précité, conseille l'emploi d'affiches analogues à celles de l'Office d'émigration de Londres, qui seraient répandues à profusion dans les lieux publics : bureaux de poste, mairies, gares de chemins de fer, etc.

« Ces affiches, donnant des indications sommaires et
« précises sur les colonies et sur les renseignements que
« l'Office Colonial offre au public, n'auraient qu'à être
« renouvelées à des périodes assez éloignées. Cepen-
« dant, toutes les fois qu'un fait nouveau se produirait,
« tel que l'arrivée, à l'Office, de documents importants,
« l'organisation de conférences, d'une exposition spéciale, le retour d'une mission d'exploration, etc., etc.,
« une bande, placée au bas de l'affiche ou dans son
« voisinage, annoncerait ce fait au public, exciterait sa
« curiosité et l'attirerait à la Galerie d'Orléans. »

Un excellent moyen de propagande pour les Offices de renseignements et pour les colonies qu'ils représentent, consiste à distribuer un grand nombre de notices de vulgarisation.

L'Office Colonial s'est bien préoccupé, dès sa fondation, d'éditer des opuscules de ce genre. Mais il aurait intérêt, semble-t-il, en ce qui concerne la rédaction et la propagation de ces notices, à s'inspirer des errements suivis en Angleterre.

Au sujet des brochures de l'Office, on nous permettra de formuler les remarques suivantes :

1° La série des monographies publiées est incomplète; la Côte d'Ivoire, la Guinée, le Haut-Sénégal et Niger, le Congo, le Laos n'y sont pas représentés.

2° Les notices ne paraissent pas être revues et imprimées assez fréquemment; il devrait en être fait une édition annuelle pour permettre d'insérer les derniers renseignements parvenus sur les colonies.

3° Le texte est peut-être trop uniforme. Il n'est pas nécessaire de donner des renseignements très complets, qu'on trouvera dans des ouvrages spéciaux. Il faut surtout frapper l'esprit du lecteur par des informations rapides, essentielles, résumant en quelques paragraphes les ressources d'une région, les moyens de s'y établir utilement. Quelques gravures bien choisies complèteraient l'ensemble d'une manière heureuse.

4° Enfin le défaut capital du système que nous employons actuellement, consiste à vendre assez cher ces petits opuscules (0 fr. 60, port en sus). On justifie cette manière de procéder en disant qu'un émigrant sérieux n'hésitera pas à sacrifier 0 fr. 60 et même davantage pour se renseigner.

Cela n'a jamais fait de doute pour personne, mais c'est déplacer la question que raisonner ainsi. Il ne s'agit pas uniquement de documenter ceux de nos compatriotes qui sont sur le point de se rendre aux colonies. Les notices de l'Office ne doivent pas être seulement des guides de l'émigrant, mais aussi et surtout des bro-

chures de propagande, destinées à attirer d'abord les capitaux, ensuite les hommes. Il faut donc les distribuer très libéralement. Qu'on nous permette une courte comparaison : Nul d'entre nous n'hésiterait à consentir un léger sacrifice pécuniaire pour recevoir le catalogue d'une maison avec laquelle il désirerait entrer en relations ; mais comment aurait-il l'adresse de cette maison si elle ne s'était fait connaître par une habile publicité.

L'Office ne doit-il pas, comme l'entreprise commerciale, aller au-devant de sa clientèle ? En envoyant gratuitement ses publications chaque fois qu'on les lui demande, il se créera un milieu favorable, sympathique, disposé à bien accueillir ses conseils, à les solliciter à l'occasion. En temps opportun, il ne manquera pas de récupérer au centuple ce qu'il aura ensemencé.

Au contraire, à l'heure actuelle, l'Office en est réduit souvent à déclarer à ses correspondants qu'il lui est matériellement impossible de leur donner satisfaction dans une simple lettre. Mais au lieu de suppléer à son lachisme forcé par un envoi de notices, il conseille de s'adresser au bureau de vente.

Ce bureau tend ainsi à devenir un organe principal, alors qu'il devrait n'être qu'une annexe ou même se confondre avec le service des expéditionnaires, ainsi que cela se fait pour plus de rapidité et de commodité à l'Emigrants Information Office.

Au point de vue de la propagande générale, l'Office de l'Algérie semble mieux outillé que son voisin. Ses affiches et ses livrets de colonisation sont répartis entre

tous les départements. Mais peut-être aurait-il avantage à compléter son œuvre en éditant quelques monographies sur les entreprises industrielles susceptibles de donner de bons résultats en Algérie.

En ce qui concerne, en effet, le développement agricole de notre grande possession méditerranéenne, la mission de l'Office se trouve limitée : le nombre des concessions annuellement disponibles est restreint ; la plupart des terres cultivables de la colonie sont aujourd'hui défrichées et indisponibles.

Pour attirer les Français de la Métropole en Algérie, il faudrait leur indiquer de nouveaux emplois de leur activité et de leurs capitaux.

Or, notre Afrique du nord exporte annuellement de grandes quantités d'alfa, de laines, de cuirs et peaux, d'huiles, qui lui reviennent sous forme de ballots de papier, de draps, de chaussures, de savons.

Ces matières premières devraient servir à alimenter des industries locales.

D'autre part, le sous-sol algérien renferme des minerais très riches qu'on pourrait travailler sur place. On objecte l'absence de gisements houillers. Mais le transport par mer du combustible n'est pas bien onéreux, et nos principaux ports algériens pourraient devenir sans doute des centres industriels importants. Le bon marché de la main-d'œuvre compenserait les autres frais supplémentaires.

En suscitant un mouvement industriel en Algérie, on

ne créerait pas seulement des sources nouvelles de revenus dans la colonie, qui ne saurait s'immobiliser longtemps encore dans la phase purement agricole; on y augmenterait l'importance de l'élément français. Chaque industriel national, en traversant la Méditerranée, entraînerait à sa suite toute une population ouvrière qui viendrait grossir le nombre de nos compatriotes.

B. Méthodes commerciales. — Toutes les nations ont créé, nous l'avons vu, dans le but de faciliter leur expansion économique, des musées commerciaux. Nous ne pensons pas que des établissements de cette nature soient jamais appelés à exercer une influence prépondérante. Presque partout les services de renseignements dont on les a doublés ont pris la place principale, réduisant l'exposition des produits au rôle d'annexe.

Néanmoins, ces musées, s'ils sont clairement aménagés et convenablement entretenus, peuvent compléter les indications émanant des bureaux commerciaux comme l'image s'ajoute parfois utilement au texte.

Comme l'image encore ils doivent plaire aux yeux, donner un enseignement agréable.

Le classement par colonies nous semble plus vivant que le classement scientifique par produits et, pour cette raison, préférable.

Dans chaque section, les collections peuvent être rangées dans des vitrines entièrement faites de bois originaires des pays exposants. Les produits seront présentés sous leurs différentes formes; on indiquera par

exemple comment se comportent les plantes et les arbres au point de vue botanique; on montrera ensuite, au moyen de vues photographiques ou de panneaux décoratifs, des scènes prises au moment de la récolte; suivront des statistiques imaginées, rendant compte du mouvement commercial; enfin on mettra, s'il y a lieu, sous les yeux du public, les transformations industrielles du produit.

A côté des échantillons, doivent figurer des fiches de renseignements concernant les régions de production, les droits des douanes, les moyens de transport, etc...

La principale difficulté qu'ont à résoudre les organisateurs des musées des produits coloniaux d'exportation résulte de l'obligation de renouveler assez fréquemment les collections.

Pourquoi ne reconstituerait-on pas les anciens comités locaux, au concours desquels l'exposition permanente du Palais de l'industrie avait fait appel.

Bien des producteurs coloniaux auraient intérêt à utiliser le musée de l'Office comme stand d'exposition. Ils y trouveraient les avantages que les Export Verein offrent aux commerçants et industriels allemands.

Enfin, l'Office colonial, une fois bien outillé, faciliterait la participation des colonies aux grandes manifestations économiques en France et à l'étranger; il leur fournirait des documents, des échantillons étiquetés et même un matériel d'installation; il serait le siège tout désigné des commissariats coloniaux à Paris.

On pourrait également, au point de vue commercial,

tirer quelque parti d'une organisation qui s'inspirerait des méthodes allemandes et italiennes.

L'Office colonial, qui a déjà pris la louable initiative d'éditer le *Portefeuille commercial des colonies françaises*, pourrait faire mieux s'il provoquait un groupement d'exportateurs français, en vue de la création dans nos grands centres d'outre-mer de dépôts d'échantillons et de produits, analogues aux stations italiennes à l'étranger et aux magasins des Export Verein.

En Algérie, le champ offert aux réformes est spacieux. Il existe déjà dans la colonie de nombreux syndicats agricoles. Ce mouvement vers l'association, que l'Office algérien encourage de tous ses efforts, et qu'inspire le souci de défendre des intérêts communs, pourrait prendre une forme tout à fait concrète en se traduisant par la création de coopératives de consommation et de production.

Il sera relativement aisé dans un pays neuf, où l'on n'a pas à lutter contre des usages indéracinables, de réaliser à ce point de vue des progrès rapides.

Des musées régionaux où les représentants des maisons métropolitaines et étrangères viendraient se documenter seraient certainement appelés à rendre de grands services.

*
* *

Nous ne voudrions plus ajouter à ces quelques réflexions qu'un exposé sommaire d'un projet dont l'exé-

cution donnerait, croyons-nous, à nos institutions officielles de propagande coloniale une puissance d'action nouvelle.

Puisque l'Office colonial, l'Office de l'Algérie et l'Office de la Tunisie ont eu une heureuse inspiration de s'installer côte à côte, pourquoi ne profiterait-on pas de cette situation pour les grouper dans un même vaste local qui deviendrait le siège d'une sorte d'Institut colonial national.

Il suffirait, pour obtenir l'emplacement nécessaire, de fermer complètement la Galerie d'Orléans (ce qui ne présenterait au point de vue de la circulation publique aucun inconvénient) et de la transformer en un hall imposant, agrémenté de plantes coloniales. Il serait ainsi inutile de créer en vue du rapprochement du Jardin et de l'Office des serres nouvelles dans les jardins du Palais-Royal, comme on l'a proposé il y a un an.

Le long des côtés, seraient disposés des meubles et des vitrines. Les salles du Musée actuel, ouvertes sur la galerie, donneraient asile aux collections commerciales et ethnographiques, classées par colonies.

L'ensemble constituerait une exposition permanente agréable à voir et à parcourir et ce serait tout profit pour nos possessions que se feraient connaître sous un aspect pittoresque et séduisant.

Les délégués des colonies, dont nous avons parlé plus haut, commissaires permanents auprès de cette exposition, se tiendraient à la disposition des visiteurs.

La bibliothèque, déjà si instructive, de l'Office, dotée de ressources nouvelles qui lui permettraient de prendre toute l'importance qu'elle doit avoir, compléterait utilement cette organisation.

Que faudrait-il pour réaliser ce projet ?

1° Obtenir du Parlement l'autorisation indispensable pour fermer la Galerie d'Orléans. Les représentants du pays ne refuseraient pas sans doute leur adhésion ;

2° Réunir les concours financiers suffisants pour permettre d'effectuer les travaux d'aménagement et de doter l'institution de fonds d'entretien convenable.

Ceci ne paraît pas impossible quand on se rappelle les sacrifices importants que nos possessions ont consentis pour figurer, en 1906, à l'Exposition de Marseille pendant quelques mois seulement.

Les nouvelles dépenses engagées ne seraient-elles pas largement compensées par les résultats obtenus ?

La France réaliserait peut-être la première un Institut colonial modèle. Nous avons vu qu'à Londres, l'Imperial Institute, malgré son allure grandiose, n'est pas devenu le vrai centre de réunion des coloniaux qui lui préférèrent le Royal Colonial Institute.

Chez nous, il n'existe pas encore de « Home Colonial ». L'organisation préconisée en tiendrait lieu. De plus, faisant une propagande active, préparant des conférences, des expositions temporaires, des réunions, elle intéresserait le public aux choses d'outre-mer, resserrerait les liens qui unissent la France et ses possessions lointaines.

Il entre, en effet, dans les attributions des institutions qui représentent les intérêts des colonies de développer entre les diverses parties d'un même empire non seulement des échanges de produits, mais aussi un commerce d'idées et de sentiments.

On ne voit trop souvent dans les offices coloniaux que des établissements poursuivant un but spéculatif.

Ils doivent être mieux encore ; ils doivent contribuer puissamment à propager au-delà des mers cette influence définitive qui, seule, ratifie l'occupation militaire et consolide la conquête économique ; ils doivent être, en un mot, les agents les plus actifs d'un double impérialisme politique et moral.

Vu :

Le Président,

Paul LESEUR.

Vu :

Le Doyen,

LYON-CAEN.

Vu et permis d'imprimer :

Le Vice-Recteur de l'Académie de Paris,

L. LIARD.

INDEX BIBLIOGRAPHIQUE

Publications périodiques

- Bulletin de l'Office colonial* (mensuel).
Agriculture des pays chauds, Bulletin du Jardin colonial et des
Jardins d'essai des colonies (mensuel).
Bulletin de l'Office de l'Algérie (bi-mensuel).
Bulletin de l'Office de la Tunisie (mensuel).
Annales de l'Institut colonial de Marseille.
Annales de l'Institut colonial de Bordeaux.
Annales de l'Institut colonial de Nancy.

Ouvrages, cours, articles, rapports

Documents officiels :

- Notice sur les services du Ministère des colonies, publiée à
l'occasion de l'Exposition de 1900.
Rapport du directeur de l'Office colonial au Conseil d'adminis-
tration (un rapport par exercice).
Rapports du directeur de l'Office de l'Algérie publiés chaque
année dans l'Exposé de la situation générale de l'Algérie.

Autres documents :

- ASPE-FLEURIMONT. — Rapport sur la Question des agents colo-
niaux à la 5^e section du Congrès d'expansion économique
mondiale de Mons, en 1905.
E. CAUSTIER. — Les productions coloniales néerlandaises et le
Musée colonial de Haarlem. *Revue générale des Sciences* du
15 février 1896.
O. CLERGET. — L'esprit scientifique dans le commerce de l'Alle-
magne. *Revue générale des Sciences* du 15 avril 1902.

- A. LE CHATELIER. — *Questions d'Economie coloniale*, Lettres à M. Eug. Etienne. Challamel, Paris, 1902.
- DOUCET. — *Enquête du Comité Duplex : Doit-on aller aux colonies ?*
- Eug. ETIENNE. — Un programme de politique coloniale. *Questions diplomatiques et coloniales*, 15 janvier 1908.
- A. GIRAULT. — Principes de colonisation et de législation coloniale.
- GODIN. — Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} et 15 mai 1901.
- Paul LESEUR. — Cours de législation coloniale.
- MALISSART. — Rapport sur les Musées commerciaux. *Exposition Universelle d'Anvers*. Bruxelles, 1895.
- MURRY. — Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} juin 1905.
- NOUFFLARD. — Quelques institutions coloniales anglaises. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} et 15 mai 1901.
- SAINT-GERMAIN. — *Rapport sur sa mission à Londres en 1905 : Organisation et fonctionnement des agences coloniales anglaises et propositions pour les réformes à apporter à l'Office colonial*. Paris, 1905. (Consulter à l'Office colonial.) — Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 16 juin 1905.

Articles de presse :

- Dépêche coloniale*. — Pour les colonies (7 septembre 1908) ; — l'agence générale des colonies, projet Vigouroux (1^{er} avril 1908).
- Presse coloniale*. — L'Office colonial et l'agence des colonies (17 mars 1908) ; — La proposition Vigouroux et l'Office colonial (1^{er} avril 1908) ; — La Commission des affaires extérieures et coloniales enquêtera sur l'Office colonial et

échappent au contrôle de l'administration centrale, n'ont pas à tenir compte de règlements aussi restrictifs que nos décrets sur la comptabilité publique ; on sait qu'au vu et au su de tout le monde, ils brassent des affaires et touchent des commissions sur les emprunts qu'ils négocient.

Il n'a jamais été question de faire de notre Agence Générale des Colonies une copie des Agences Générales anglaises. Laissons donc à l'organisation projetée le soin de s'occuper des emprunts, des marchés, des achats, du personnel en congé, et conservons à l'Office son rôle économique, en donnant, toutefois, une impulsion nouvelle à cette institution.

Sur quel point les réformes peuvent-elles porter ?

Pour mettre de l'ordre dans la discussion, nous distinguerons une nouvelle fois entre les méthodes de colonisation proprement dites et les méthodes commerciales.

A. Propagande en faveur de la colonisation proprement dite :

Dans le choix des procédés propres à assurer cette propagande, il semble que les Anglais aient excellé, puisqu'ils ont pu mettre en valeur des territoires immenses. Mais d'un examen, même superficiel de leur organisation coloniale, il ressort, nous l'avons vu, que leur système des agences générales des colonies n'a, chez nous, qu'un avenir limité. Seule la Tunisie paraît pouvoir un jour posséder son haut commissariat, parce que, seule, elle jouit d'une certaine indépen-

dance. L'Algérie, bien qu'elle soit dans une situation économique analogue à celle des possessions britanniques autonomes, ne peut, nous l'avons dit, être comparée à ces dernières.

Nous n'insisterons donc pas sur certaines particularités de l'organisation anglaise, concernant le rôle politique et administratif des agents généraux.

Mais les procédés de documentation pratique et de propagande auxquels nos voisins ont recours très largement, ne pourraient-ils être acclimatés chez nous ?

Comment l'Emigrants Information Office se renseigne-t-il ? en se tenant en rapports constants avec les agences.

Or, notre Office Colonial en est souvent réduit, lorsqu'il veut se documenter, à se contenter de moyens de fortune. Il recueille les rapports qu'on veut bien lui envoyer, interroge, au passage, des coloniaux en congé qui se rendent dans ses bureaux, consulte, s'il est nécessaire, les administrations locales, ce qui entraîne des retards souvent considérables.

Pour remédier à l'inconvénient signalé, il serait bon, sans doute, de détacher régulièrement, à l'Office, des fonctionnaires représentant nos différentes possessions. Ces « délégués » rendraient, au point de vue économique, les mêmes services que les agents anglais (1).

(1) Pour les Offices de l'Algérie et de la Tunisie la question ne se pose pas. Les relations postales entre la Métropole et l'Afrique du Nord sont fréquentes ; les Directeurs de l'Agricul-

A la suite de sa mission à Londres, en 1905, M. Saint-Germain, sénateur, président du Conseil d'Administration de l'Office Colonial, a instamment préconisé cette réforme dans son rapport au Ministre des Colonies.

« De pareils agents, écrit-il, doivent être choisis, cela
« va sans dire, par les gouvernements locaux des colo-
« nies, en dehors de toute question d'amitié ou de fa-
« veur, uniquement pour leurs qualités profession-
« nelles. Ils devront être pris parmi les plus expéri-
« mentés, mais aussi les plus actifs, car il ne faudrait
« à aucun prix que l'Office devînt une maison de
« retraite pour les fonctionnaires invalides des colo-
« nies. Trois grands groupements géographiques pour-
« raient être formés, qui comprendraient nos posses-
« sions d'Afrique, d'Asie, d'Amérique et d'Océanie.....

« Les représentants des colonies ainsi détachés à
« Paris auraient leur traitement assuré par la colonie
« qui les auraient délégués, mais ils seraient placés
« sous l'autorité du directeur de l'Office Colonial, car,
« s'il est nécessaire de spécialiser les services, il est
« tout aussi indispensable d'avoir une unité de direc-
« tion, de vue et de méthode.

ture et du Commerce d'Alger et de Tunis renseignent facilement les deux services. Ceux-ci du reste, ont à leur tête et comptent dans leur personnel permanent des fonctionnaires qui ont séjourné en Algérie et en Tunisie. Il ne peut guère en être de même d'un Office qui représente plusieurs colonies à la fois.

« Il ne saurait, en aucun cas, du reste, être question de
« créer, pour chaque colonie, une agence spéciale indé-
« pendante. L'Office restera toujours l'organe centrali-
« sateur... »

Une autre réforme qu'il paraît utile de réaliser, c'est le groupement du Jardin Colonial et de l'Office Colonial.

Les Anglais se sont bien gardés de séparer l'Exposition Permanente des produits coloniaux et le Service des Renseignements commerciaux qui s'y rattache, du Service des Laboratoires. En effet, les deux sections se complètent, l'une donnant des renseignements sur la vente des produits, l'autre étudiant leur utilisation économique.

Chez nous, il est souvent difficile, à l'occasion d'une demande de renseignements, de départager nettement les attributions du Jardin et celles de l'Office. En réunissant sous une direction unique les deux établissements, on réaliserait des économies de temps et d'argent.

Assurer à l'Office Colonial la possibilité de se documenter vite et bien, c'est beaucoup déjà, mais ce n'est pas tout. Il faut que l'institution vulgarise, dans une large mesure, les indications qu'elle recueille.

Dans cet ordre d'idées, l'Office a pour premier devoir de se faire connaître. Il n'a pas encore assez, jusqu'ici, employé les moyens de publicité, qui ont donné de si bons résultats aux agences anglaises et à l'Emigrants Information Office.

Tout au plus, l'hiver dernier, a-t-il annoncé, par voie

d'affiches, ses conférences gratuites. Il serait bon que l'établissement consacraît désormais quelques crédits à la toute puissante réclame.

M. Saint-Germain dans son Rapport précité, conseille l'emploi d'affiches analogues à celles de l'Office d'émigration de Londres, qui seraient répandues à profusion dans les lieux publics : bureaux de poste, mairies, gares de chemins de fer, etc.

« Ces affiches, donnant des indications sommaires et
« précises sur les colonies et sur les renseignements que
« l'Office Colonial offre au public, n'auraient qu'à être
« renouvelées à des périodes assez éloignées. Cepen-
« dant, toutes les fois qu'un fait nouveau se produirait,
« tel que l'arrivée, à l'Office, de documents importants,
« l'organisation de conférences, d'une exposition spé-
« ciale, le retour d'une mission d'exploration, etc., etc.,
« une bande, placée au bas de l'affiche ou dans son
« voisinage, annoncerait ce fait au public, exciterait sa
« curiosité et l'attirerait à la Galerie d'Orléans. »

Un excellent moyen de propagande pour les Offices de renseignements et pour les colonies qu'ils représentent, consiste à distribuer un grand nombre de notices de vulgarisation.

L'Office Colonial s'est bien préoccupé, dès sa fondation, d'éditer des opuscules de ce genre. Mais il aurait intérêt, semble-t-il, en ce qui concerne la rédaction et la propagation de ces notices, à s'inspirer des errements suivis en Angleterre.

Au sujet des brochures de l'Office, on nous permettra de formuler les remarques suivantes :

1° La série des monographies publiées est incomplète ; la Côte d'Ivoire, la Guinée, le Haut-Sénégal et Niger, le Congo, le Laos n'y sont pas représentés.

2° Les notices ne paraissent pas être revues et imprimées assez fréquemment ; il devrait en être fait une édition annuelle pour permettre d'insérer les derniers renseignements parvenus sur les colonies.

3° Le texte est peut-être trop uniforme. Il n'est pas nécessaire de donner des renseignements très complets, qu'on trouvera dans des ouvrages spéciaux. Il faut surtout frapper l'esprit du lecteur par des informations rapides, essentielles, résumant en quelques paragraphes les ressources d'une région, les moyens de s'y établir utilement. Quelques gravures bien choisies complèteraient l'ensemble d'une manière heureuse.

4° Enfin le défaut capital du système que nous employons actuellement, consiste à vendre assez cher ces petits opuscules (0 fr. 60, port en sus). On justifie cette manière de procéder en disant qu'un émigrant sérieux n'hésitera pas à sacrifier 0 fr. 60 et même davantage pour se renseigner.

Cela n'a jamais fait de doute pour personne, mais c'est déplacer la question que raisonner ainsi. Il ne s'agit pas uniquement de documenter ceux de nos compatriotes qui sont sur le point de se rendre aux colonies. Les notices de l'Office ne doivent pas être seulement des guides de l'émigrant, mais aussi et surtout des bro-

chures de propagande, destinées à attirer d'abord les capitaux, ensuite les hommes. Il faut donc les distribuer très libéralement. Qu'on nous permette une courte comparaison : Nul d'entre nous n'hésiterait à consentir un léger sacrifice pécuniaire pour recevoir le catalogue d'une maison avec laquelle il désirerait entrer en relations ; mais comment aurait-il l'adresse de cette maison si elle ne s'était fait connaître par une habile publicité.

L'Office ne doit-il pas, comme l'entreprise commerciale, aller au-devant de sa clientèle ? En envoyant gratuitement ses publications chaque fois qu'on les lui demande, il se créera un milieu favorable, sympathique, disposé à bien accueillir ses conseils, à les solliciter à l'occasion. En temps opportun, il ne manquera pas de récupérer au centuple ce qu'il aura ensemencé.

Au contraire, à l'heure actuelle, l'Office en est réduit souvent à déclarer à ses correspondants qu'il lui est matériellement impossible de leur donner satisfaction dans une simple lettre. Mais au lieu de suppléer à son lachisme forcé par un envoi de notices, il conseille de s'adresser au bureau de vente.

Ce bureau tend ainsi à devenir un organe principal, alors qu'il devrait n'être qu'une annexe ou même se confondre avec le service des expéditionnaires, ainsi que cela se fait pour plus de rapidité et de commodité à l'Emigrants Information Office.

Au point de vue de la propagande générale, l'Office de l'Algérie semble mieux outillé que son voisin. Ses affiches et ses livrets de colonisation sont répartis entre

tous les départements. Mais peut-être aurait-il avantage à compléter son œuvre en éditant quelques monographies sur les entreprises industrielles susceptibles de donner de bons résultats en Algérie.

En ce qui concerne, en effet, le développement agricole de notre grande possession méditerranéenne, la mission de l'Office se trouve limitée : le nombre des concessions annuellement disponibles est restreint ; la plupart des terres cultivables de la colonie sont aujourd'hui défrichées et indisponibles.

Pour attirer les Français de la Métropole en Algérie, il faudrait leur indiquer de nouveaux emplois de leur activité et de leurs capitaux.

Or, notre Afrique du nord exporte annuellement de grandes quantités d'alfa, de laines, de cuirs et peaux, d'huiles, qui lui reviennent sous forme de ballots de papier, de draps, de chaussures, de savons.

Ces matières premières devraient servir à alimenter des industries locales.

D'autre part, le sous-sol algérien renferme des minerais très riches qu'on pourrait travailler sur place. On objecte l'absence de gisements houillers. Mais le transport par mer du combustible n'est pas bien onéreux, et nos principaux ports algériens pourraient devenir sans doute des centres industriels importants. Le bon marché de la main-d'œuvre compenserait les autres frais supplémentaires.

En suscitant un mouvement industriel en Algérie, on

ne créerait pas seulement des sources nouvelles de revenus dans la colonie, qui ne saurait s'immobiliser longtemps encore dans la phase purement agricole; on y augmenterait l'importance de l'élément français. Chaque industriel national, en traversant la Méditerranée, entraînerait à sa suite toute une population ouvrière qui viendrait grossir le nombre de nos compatriotes.

B. Méthodes commerciales. — Toutes les nations ont créé, nous l'avons vu, dans le but de faciliter leur expansion économique, des musées commerciaux. Nous ne pensons pas que des établissements de cette nature soient jamais appelés à exercer une influence prépondérante. Presque partout les services de renseignements dont on les a doublés ont pris la place principale, réduisant l'exposition des produits au rôle d'annexe.

Néanmoins, ces musées, s'ils sont clairement aménagés et convenablement entretenus, peuvent compléter les indications émanant des bureaux commerciaux comme l'image s'ajoute parfois utilement au texte.

Comme l'image encore ils doivent plaire aux yeux, donner un enseignement agréable.

Le classement par colonies nous semble plus vivant que le classement scientifique par produits et, pour cette raison, préférable.

Dans chaque section, les collections peuvent être rangées dans des vitrines entièrement faites de bois originaires des pays exposants. Les produits seront présentés sous leurs différentes formes; on indiquera par

exemple comment se comportent les plantes et les arbres au point de vue botanique; on montrera ensuite, au moyen de vues photographiques ou de panneaux décoratifs, des scènes prises au moment de la récolte; suivront des statistiques imagées, rendant compte du mouvement commercial; enfin on mettra, s'il y a lieu, sous les yeux du public, les transformations industrielles du produit.

A côté des échantillons, doivent figurer des fiches de renseignements concernant les régions de production, les droits des douanes, les moyens de transport, etc...

La principale difficulté qu'ont à résoudre les organisateurs des musées des produits coloniaux d'exportation résulte de l'obligation de renouveler assez fréquemment les collections.

Pourquoi ne reconstituerait-on pas les anciens comités locaux, au concours desquels l'exposition permanente du Palais de l'industrie avait fait appel.

Bien des producteurs coloniaux auraient intérêt à utiliser le musée de l'Office comme stand d'exposition. Ils y trouveraient les avantages que les Export Verein offrent aux commerçants et industriels allemands.

Enfin, l'Office colonial, une fois bien outillé, faciliterait la participation des colonies aux grandes manifestations économiques en France et à l'étranger; il leur fournirait des documents, des échantillons étiquetés et même un matériel d'installation; il serait le siège tout désigné des commissariats coloniaux à Paris.

On pourrait également, au point de vue commercial,

tirer quelque parti d'une organisation qui s'inspirerait des méthodes allemandes et italiennes.

L'Office colonial, qui a déjà pris la louable initiative d'éditer le *Portefeuille commercial des colonies françaises*, pourrait faire mieux s'il provoquait un groupement d'exportateurs français, en vue de la création dans nos grands centres d'outre-mer de dépôts d'échantillons et de produits, analogues aux stations italiennes à l'étranger et aux magasins des Export Verein.

En Algérie, le champ offert aux réformes est spacieux. Il existe déjà dans la colonie de nombreux syndicats agricoles. Ce mouvement vers l'association, que l'Office algérien encourage de tous ses efforts, et qu'inspire le souci de défendre des intérêts communs, pourrait prendre une forme tout à fait concrète en se traduisant par la création de coopératives de consommation et de production.

Il sera relativement aisé dans un pays neuf, où l'on n'a pas à lutter contre des usages indéracinables, de réaliser à ce point de vue des progrès rapides.

Des musées régionaux où les représentants des maisons métropolitaines et étrangères viendraient se documenter seraient certainement appelés à rendre de grands services.

*
* * *

Nous ne voudrions plus ajouter à ces quelques réflexions qu'un exposé sommaire d'un projet dont l'exé-

cution donnerait, croyons-nous, à nos institutions officielles de propagande coloniale une puissance d'action nouvelle.

Puisque l'Office colonial, l'Office de l'Algérie et l'Office de la Tunisie ont eu une heureuse inspiration de s'installer côte à côte, pourquoi ne profiterait-on pas de cette situation pour les grouper dans un même vaste local qui deviendrait le siège d'une sorte d'Institut colonial national.

Il suffirait, pour obtenir l'emplacement nécessaire, de fermer complètement la Galerie d'Orléans (ce qui ne présenterait au point de vue de la circulation publique aucun inconvénient) et de la transformer en un hall imposant, agrémenté de plantes coloniales. Il serait ainsi inutile de créer en vue du rapprochement du Jardin et de l'Office des serres nouvelles dans les jardins du Palais-Royal, comme on l'a proposé il y a un an.

Le long des côtés, seraient disposés des meubles et des vitrines. Les salles du Musée actuel, ouvertes sur la galerie, donneraient asile aux collections commerciales et ethnographiques, classées par colonies.

L'ensemble constituerait une exposition permanente agréable à voir et à parcourir et ce serait tout profit pour nos possessions que se feraient connaître sous un aspect pittoresque et séduisant.

Les délégués des colonies, dont nous avons parlé plus haut, commissaires permanents auprès de cette exposition, se tiendraient à la disposition des visiteurs.

La bibliothèque, déjà si instructive, de l'Office, dotée de ressources nouvelles qui lui permettraient de prendre toute l'importance qu'elle doit avoir, compléterait utilement cette organisation.

Que faudrait-il pour réaliser ce projet ?

1° Obtenir du Parlement l'autorisation indispensable pour fermer la Galerie d'Orléans. Les représentants du pays ne refuseraient pas sans doute leur adhésion ;

2° Réunir les concours financiers suffisants pour permettre d'effectuer les travaux d'aménagement et de doter l'institution de fonds d'entretien convenable.

Ceci ne paraît pas impossible quand on se rappelle les sacrifices importants que nos possessions ont consentis pour figurer, en 1906, à l'Exposition de Marseille pendant quelques mois seulement.

Les nouvelles dépenses engagées ne seraient-elles pas largement compensées par les résultats obtenus ?

La France réaliserait peut-être la première un Institut colonial modèle. Nous avons vu qu'à Londres, l'Imperial Institute, malgré son allure grandiose, n'est pas devenu le vrai centre de réunion des coloniaux qui lui préférèrent le Royal Colonial Institute.

Chez nous, il n'existe pas encore de « Home Colonial ». L'organisation préconisée en tiendrait lieu. De plus, faisant une propagande active, préparant des conférences, des expositions temporaires, des réunions, elle intéresserait le public aux choses d'outre-mer, resserrerait les liens qui unissent la France et ses possessions lointaines.

Il entre, en effet, dans les attributions des institutions qui représentent les intérêts des colonies de développer entre les diverses parties d'un même empire non seulement des échanges de produits, mais aussi un commerce d'idées et de sentiments.

On ne voit trop souvent dans les offices coloniaux que des établissements poursuivant un but spéculatif.

Ils doivent être mieux encore ; ils doivent contribuer puissamment à propager au-delà des mers cette influence définitive qui, seule, ratifie l'occupation militaire et consolide la conquête économique ; ils doivent être, en un mot, les agents les plus actifs d'un double impérialisme politique et moral.

Vu :

Le Président,

Paul LESEUR.

Vu :

Le Doyen,

LYON-CAEN.

Vu et permis d'imprimer :

Le Vice-Recteur de l'Académie de Paris,

L. LIARD.

INDEX BIBLIOGRAPHIQUE

Publications périodiques

- Bulletin de l'Office colonial* (mensuel).
Agriculture des pays chauds, Bulletin du Jardin colonial et des
Jardins d'essai des colonies (mensuel).
Bulletin de l'Office de l'Algérie (bi-mensuel).
Bulletin de l'Office de la Tunisie (mensuel).
Annales de l'Institut colonial de Marseille.
Annales de l'Institut colonial de Bordeaux.
Annales de l'Institut colonial de Nancy.

Ouvrages, cours, articles, rapports

Documents officiels :

- Notice sur les services du Ministère des colonies, publiée à
l'occasion de l'Exposition de 1900.
Rapport du directeur de l'Office colonial au Conseil d'adminis-
tration (un rapport par exercice).
Rapports du directeur de l'Office de l'Algérie publiés chaque
année dans l'Exposé de la situation générale de l'Algérie.

Autres documents :

- ASPE-FLEURIMONT. — Rapport sur la Question des agents colo-
niaux à la 5^e section du Congrès d'expansion économique
mondiale de Mons, en 1905.
E. CAUSTIER. — Les productions coloniales néerlandaises et le
Musée colonial de Haarlem. *Revue générale des Sciences* du
15 février 1896.
O. CLERGET. — L'esprit scientifique dans le commerce de l'Alle-
magne. *Revue générale des Sciences* du 15 avril 1902.

- A. LE CHATELIER. — *Questions d'Economie coloniale*, Lettres à M. Eug. Etienne. Challamel, Paris, 1902.
- DOUCET. — *Enquête du Comité Duplex : Doit-on aller aux colonies ?*
- Eug. ETIENNE. — Un programme de politique coloniale. *Questions diplomatiques et coloniales*, 15 janvier 1908.
- A. GIRAULT. — Principes de colonisation et de législation coloniale.
- GODIN. — Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} et 15 mai 1901.
- Paul LESEUR. — Cours de législation coloniale.
- MALISSART. — Rapport sur les Musées commerciaux. *Exposition Universelle d'Anvers*. Bruxelles, 1895.
- MURRY. — Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} juin 1905.
- NOUFFLARD. — Quelques institutions coloniales anglaises. *Questions diplomatiques et coloniales*, 1^{er} et 15 mai 1901.
- SAINT-GERMAIN. — *Rapport sur sa mission à Londres en 1905 : Organisation et fonctionnement des agences coloniales anglaises et propositions pour les réformes à apporter à l'Office colonial*. Paris, 1905. (Consulter à l'Office colonial.) — Réponse à une enquête sur les institutions économiques auxiliaires du Ministère des Colonies. *Questions diplomatiques et coloniales*, 16 juin 1905.

Articles de presse :

- Dépêche coloniale*. — Pour les colonies (7 septembre 1908) ; — l'agence générale des colonies, projet Vigouroux (1^{er} avril 1908).
- Presse coloniale*. — L'Office colonial et l'agence des colonies (17 mars 1908) ; — La proposition Vigouroux et l'Office colonial (1^{er} avril 1908) ; — La Commission des affaires extérieures et coloniales enquêtera sur l'Office colonial et

sur le Jardin de Nogent (3 avril 1908) ; — Devant la Commission des affaires extérieures et coloniales (4 et 7 avril 1908) ; — Opinions, Office colonial, Jardin colonial, Museum (23 mai 1908).

Politique coloniale. — La décentralisation des renseignements coloniaux (29 août 1908).

Journal des Colonies. — Autour de l'Agence générale des Colonies (24 avril 1908).

Annales coloniales. — L'Agence générale des Colonies (16 avril 1908).

IMPRIMERIE COOPÉRATIVE OUVRIÈRE
VILLENEUVE-SAINT-GEORGES (S.-ET-O.)

IMPRIMERIE
COOPÉRATIVE OUVRIÈRE
VILLENUEVE SAINT-GEORGES (560)